

LE CLUB

Numéro 2 - Hiver 2025

B17
LUXEMBOURG

LA GRANDE INTERVIEW

Entretien avec Sandra Huber
CEO IKO Real Estate

|
L'urbanisme de demain

RANGE ROVER SPORT



Land Rover Louyet-Luxembourg 128, Route de Thionville, L-2610 Luxembourg - T. 29.71.74

Land Rover Louyet-Niederkorn 9, ZAC Haneboesch II, L-4563 Niederkorn - T. 27.61.60

landroverluxembourg.lu

2,7-12,4 L/100 KM - CO₂ : 61-282 G/KM (WLTP)

Contactez votre concessionnaire pour obtenir des informations complètes sur la taxation de votre véhicule. Informations environnementales : landroverluxembourg.lu. Modèle illustré équipé d'options et d'accessoires. Priorité à la sécurité.

EDITO

ARNAUD LEBALLEUR - MANAGING PARTNER

900 membres. 900 personnes, énergies et parcours qui font battre le cœur du B17.

En à peine trois ans, notre communauté s'est imposée comme une force vive au Luxembourg : un lieu où les idées circulent, les rencontres se créent, et les projets prennent vie.

Au sein de notre magnifique maison du Tero House17, chacun trouve son espace, pour échanger autour d'un lunch, célébrer entre amis, ou s'inspirer lors de nos rendez-vous phares. Les talks mensuels B17 x Forbes, nos événements festifs, nos rencontres sportives et nos événements liés à l'art rythment la vie du club tout au long de l'année. Chaque moment passé ici reflète notre ambition : offrir bien plus qu'un lieu, créer une véritable communauté.

2026 s'annonce comme une année charnière. Nous voulons grandir, accueillir de nouveaux membres, multiplier les initiatives, tout en préservant ce qui fait notre force : une dimension humaine et authentique,

rare dans un monde où tout va vite. B17, c'est avant tout un esprit : celui du partage, de la curiosité, de la bienveillance et de la convivialité.

Merci à chacune et chacun d'entre vous de faire vivre ce club au quotidien. Ensemble, continuons à bâtir un B17 toujours plus vivant, inspirant et unique — à l'image de ses membres.

Ce magazine est la vitrine de votre club.

*Bienvenue chez vous.
Bienvenue au B17.*

EDITEUR RESPONSABLE

B17 Luxembourg Sarl
17 rue du Nord
L-2229 Luxembourg

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Lhoist
contact@B17luxembourg.lu

REDACTEUR EN CHEF

Arnaud Leballeur
Arnaud.l@b17luxembourg.lu

TIRAGE

5.000 exemplaires

COUVERTURE

Sandra Huber
Crédit photo : NADERI Photography



REDACTION

Arnaud Leballeur
Jean Alfonsi
Pierre-Yves Lanneau Saint Léger

REGIE PUBLICITAIRE

B17 Luxembourg Sarl
17 rue du Nord
L-2229 Luxembourg

DESIGN & MISE EN PAGE

h2a.lu

IMPRESSION

Imprimerie Centrale

06

LA GRANDE INTERVIEW

Sandra Huber – CEO IKO.



70

ECHAPÉE BELLE

Le TERO Lodge d'Herbeumont



03 **EDITO**
Arnaud Leballeur

10 **BIENVENUE AU CLUB**
Du B19 au B17

12 **JOHN BOGAERTS**
Monsieur 100 000 volts

16 **LES TALKS B17 X FORBES**

18 Paolo Nespoli « Making Space »

22 Laurent Louyet
« Serial entrepreneur »

26 Digital assets, crypto, tokenisation
« Les clés pour agir aujourd'hui »

30 Art with Quintet
« Entre finance, passion et transmission »

34 **2025 EN IMAGES**
Retour sur nos grands événements de l'année

38 **À LA RENCONTRE DES MEMBRES DU B17**

38 The Recruiter

40 Servipay

42 Luxvisual

44 PC3 Creative

46 My Concert at Home

48 **ART AU B17**
Leo Caillard
«The Past, The Present, The Future»

52 **LIFESTYLE - VIN**
La Maison Bernard-Massard

56 **B17 CHARITY**
Stand Speak Rise Up

58 **HOUSE 17**
Bistro17 - une équipe en or

62 **BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL**
Se reconnecter avec TERO Team building



66 **VOYAGE**
Les coups de cœur de Voyages Flammang

74 **AGENDA**
Suivez nos prochains événements



*Ne jetez pas le magazine,
recyclez-le ou archivez-le!*

L'URBANISME DE DEMAIN

LA
GRANDE
INTERVIEW

*Entretien avec
Sandra HUBER,
la CEO d'IKO
Real Estate.*

PARCOURS, VISION ET DÉFIS

un nouveau cycle urbain

Vous avez un parcours riche entre secteur public, enseignement et immobilier. Pouvez-vous nous en dire plus ?

J'ai 39 ans et je suis née à Metz. Mon parcours est avant tout celui d'une passionnée d'aménagement du territoire. Après un Master 2 obtenu avec mention très bien en aménagement et environnement, j'ai ensuite complété ce cursus à Sciences Po Paris avec un Master en gouvernance territoriale et développement urbanistique, une formation à l'ICN en leadership et management, ainsi qu'un diplôme de l'INSEAD en Business Strategy et Financial Performance.

Pendant plusieurs années, j'ai également enseigné à l'Université de Lorraine, en particulier sur les cadres géopolitiques et juridiques de l'aménagement, un domaine qui me tient beaucoup à cœur.

Vous avez débuté dans la fonction publique, à Metz. Qu'y avez-vous appris ?

De 2012 à 2019, j'ai été cheffe de projet en urbanisme et aménagement pour la ville de Metz puis la SAREMM. J'y ai piloté des projets structurants autour du Plan Local d'Urbanisme, des secteurs sauvegardés et de la planification territoriale et mené des grands projets comme le Quartier de l'Amphithéâtre à Metz. C'était un poste exigeant, qui m'a donné une profonde compréhension des réalités administratives, mais aussi des besoins des élus et des citoyens en associant intérêt général et nécessités privées.

Ainsi, en arrivant au Luxembourg, passer du public au privé n'a pas été une rupture. Plutôt une continuité logique, d'autant que j'avais réalisé mon mémoire de fin d'études à Science Po sur la thématique de la privatisation de l'aménagement.

Cette double expérience me permet aujourd'hui de comprendre les contraintes de chacun et de naviguer dans des environnements hybrides, là où politiques, techniciens et développeurs doivent avancer ensemble.

Comment s'est faite votre arrivée chez IKO en 2019 ?

C'est le fruit d'une rencontre imprévue. Je n'étais pas du tout en recherche. Un chasseur de têtes m'a contactée, m'incitant à rencontrer IKO, qui développait une approche très différente du secteur. À Metz, j'étais dans ma zone de confort, sur les mêmes projets urbains depuis près de dix ans. Le discours d'IKO, très innovant, m'a immédiatement convaincue. Ma première mission a été le projet « Rout Lens » à Esch-sur-Alzette en collaboration avec la Ville, des ministères et des partenaires privés.

Ce projet nécessitait de revoir entièrement le master plan, car il manquait une vision urbanistique intégrée.



J'y ai introduit de nouvelles méthodologies, une nouvelle culture du développement et une approche résidentielle plus structurée, tout en créant une équipe dédiée. La collaboration avec Aline Picard et Cécile Leyval – avec qui j'avais déjà travaillé en France – a été un véritable atout.

Avec 1428 logements sur 163 226 m², le quartier met en avant la convivialité, la mixité sociale et générationnelle, la durabilité, tout en intégrant l'art et la culture à son identité.

Ce projet unique a concrétisé des défis urbains immédiats, mais a aussi servi de laboratoire pour de futures initiatives d'urbanisme innovantes au Luxembourg.

Depuis avril 2025, vous êtes CEO d'IKO. Comment avez-vous abordé cette transition ?

J'ai succédé à Éric Lux, figure emblématique d'IKO, qui siège toujours au Conseil d'administration. Lorsque j'ai pris mes fonctions, j'ai voulu conserver ses fondamentaux qui ont fait la force de l'entreprise tout en ajoutant plus d'agilité et d'innovation.

*IKO est une organisation de 50 collaborateurs.
Mon rôle consiste à établir une vision collective,
à piloter les équipes avec recul et à donner
une direction claire.*

Je suis une généraliste entourée de très bons spécialistes. Et je crois profondément que tout dirigeant doit rester remplaçable : c'est le signe d'une organisation solide.

Vous connaissez très bien la France et le Luxembourg. Quelles différences voyez-vous entre les deux environnements ?

Les processus politiques sont assez similaires, mais le Luxembourg bénéficie d'une rapidité de décision et d'un accès facilité aux très hauts décideurs. En revanche, dans la conjoncture actuelle, certains projets deviennent plus complexes : les permis prennent plus de temps, les risques sont davantage scrutés et certains PAP peuvent durer jusqu'à dix ans.

La qualité de construction au Luxembourg est particulièrement élevée. C'est dans ce contexte que nous avons lancé Unicity, un projet disruptif dans le quartier de la Gare, co-brandé avec Thomas & Piron Résidences.

Quels sont les projets IKO marquants en cours aujourd'hui ?

Nous avons structuré notre développement autour de différentes gammes :

- 1. Pioneer :** projets innovants, respectueux de l'histoire du lieu, notre standard.
- 2. Absolute :** résidentiel haut de gamme avec savoir-faire artisanal.
- 3. Iconic :** très haut de gamme, vision architecturale durable.

Mes coups de coeur du moment sont **Maison Béatrice** (Gamme Absolute) et **Maison Marguerite** (Gamme Iconic), toutes deux situées dans le quartier de Merl-Brabant. Ce sont des projets exigeants, portés par une équipe d'excellents professionnels qui mettent en avant le savoir-faire et l'artisanat local.

Comment pilote-t-on une entreprise immobilière dans la crise actuelle ?

La conjoncture rend les financements plus complexes, notamment pour les VEFA qui doivent évoluer très rapidement. Nous pilotons dans l'incertitude : il faut anticiper demain tout en restant extrêmement attentif

au présent. L'essentiel est d'entretenir un dialogue permanent et d'écouter les équipes.

Cette période impose aussi de repenser certaines pratiques, de challenger nos hypothèses et de renforcer la sélectivité dans nos choix de projets.



Maison Béatrice et Maison Marguerite - Merl-Brabant

Enfin, maintenir un haut niveau d'exigence et de performance est indispensable pour sécuriser l'avenir de l'entreprise en attendant la reprise.

Quelle est votre vision de l'urbanisme pour les années à venir ?

Je crois à une réflexion collective. Les projets ont des impacts directs sur les communautés urbaines, qui doivent entretenir de plus en plus d'espaces, avec des coûts croissants. Un projet est vivant : il doit pouvoir évoluer, s'ajuster, se corriger. Et il est urgent de simplifier la partie réglementaire, car les projets urbains s'évaluent souvent sur de nombreuses années.

Chez IKO, nous nous engageons à imaginer et réaliser des lieux de vie durables, harmonieux et florissants. Des espaces qui respectent la planète tout en inspirant, valorisant l'humain et favorisant l'épanouissement de chacun.

Depuis 30 ans, cette vision façonne notre entreprise et exprime notre conviction profonde : l'immobilier peut transformer positivement les vies et dynamiser les communautés.

Nous accordons une attention particulière à l'architecture et à la qualité de nos réalisations, avec la volonté de concevoir des environnements alliant caractère, esthétique et fonctionnalité. Notre ambition est de créer des espaces où chacun peut se sentir réellement connecté aux autres et à son cadre de vie, nourrissant ainsi un véritable sentiment d'appartenance et un bien-être partagé.

La durabilité reste au centre de toutes nos actions.

Nous adoptons des approches de construction innovantes et responsables, conçues pour réduire notre impact environnemental tout en contribuant à une meilleure qualité de vie en milieu urbain. Notre démarche et notre label « ESR », soutenus par une trajectoire carbone ambitieuse et la mise en place d'un fonds carbone, illustre notre volonté d'agir de manière consciente, transparente et respectueuse envers l'environnement.

En définitive, notre mission chez IKO est de créer les « next places » : des lieux de vie qui incarnent une vision globale et équilibrée de l'immobilier, où se rencontrent durabilité, humanité et excellence. C'est cette philosophie, associée à notre engagement constant, qui nous pousse à innover et à réinventer les standards de l'urbanisme luxembourgeois.

Quels sont vos hobbies pour évacuer la pression ?

J'adore cuisiner et passer du temps en famille. J'aime également voyager et découvrir de nouvelles villes et leur architecture : c'est une passion et une excellente inspiration.

→ TEXTE : ARNAUD LEBALLEUR

→ PHOTOS : NADERI PHOTOGRAPHY ET IKO

B19 *Le grand frère du* B17



L'histoire du B19 commence en 2012 à Bruxelles. Une idée simple mais disruptive : rompre avec les cercles d'affaires traditionnels pour créer un espace plus vif, plus ouvert, plus connecté aux réalités des entrepreneurs d'aujourd'hui. Dès les premières années, le club devient un carrefour d'opportunités où dirigeants, PME et créateurs d'entreprise viennent partager leur expérience, écouter des parcours inspirants et surtout élargir leur horizon professionnel.

*L'homme derrière tout ça s'appelle **John-Alexander BOGAERTS**.*

En très peu de temps,
le B19 fédère près
d'un millier de membres
et leur propose un agenda
riche de plus de
150 événements par an :
entre talks, breakfasts,
afterworks, workshops,
rencontres privées
et missions économiques.

Dans le sillage de ce succès, l'aventure passe notre frontière en 2018 avec la création du B19 Luxembourg, fondé par John en collaboration avec Nicolas Lhoist, Arnaud Leballeur et Damien Chasseur. Le succès est immédiat. L'énergie du réseau belge se propage au Grand-Duché, créant un pont naturel entre deux écosystèmes économiques dynamiques.

Fin 2022, le rachat du House17 marque une nouvelle étape : le B19 Luxembourg devient le B17.

Changement de nom mais on reste en famille : aujourd'hui, le B17 suit les traces de son grand frère : différent, complémentaire, mais animé par la même ambition d'offrir un environnement qui stimule la croissance des entreprises ; avec en prime une magnifique maison pour accueillir les membres : le Tero House17.

*Aujourd'hui, les deux enfants de John
comptent plus de 2500 membres :
1650 au B19 et 900 au B17 en offrant
une passerelle aux membres des deux clubs
pour profiter au total de plus
de 200 événements par an.*

Enfin, le carnet d'adresse de John, offre également des rencontres précieuses avec ses amis, comme Dany Boon, Nicolas Sarkozy, Bernard Tapie, Stéphane De Grootd, Sébastien Bazin, entre autres, qui se sont fait un plaisir de venir partager leurs expériences auprès des membres.

Mais qui est donc
ce phénomène qui n'a jamais suivi
les routes bien tracées ?

JOHN-ALEXANDER BOGAERTS



*« Monsieur
100 000 volts »*





Son parcours ressemble plutôt à une succession de virages serrés où l'instinct, la débrouille et une énergie presque animale ont remplacé les manuels d'entrepreneuriat. Pourtant, lorsqu'on observe aujourd'hui l'ampleur du B19, son influence en Belgique, son extension au Luxembourg, et les centaines d'entrepreneurs qui s'y croisent chaque année, on comprend que rien n'était laissé au hasard : chez lui, la trajectoire est peut-être chaotique sur le papier, mais parfaitement cohérente dans l'élan.

L'environnement dans lequel il grandit explique déjà beaucoup de choses. Son père, Rudy, n'était pas un père ordinaire : il sauvait les enfants laissés en marge du système scolaire, les aidait à se reconstruire, à repasser leurs jurys, à retrouver le droit de choisir leur avenir. Sa Mamy Georgette, était une présence rassurante, presque prophétique. Dans ce climat où la pédagogie se mêlait à la satire politique (sa famille dirigeait l'hebdo Père Ubu), John respirait un air de liberté totale.

Pas étonnant qu'il soit rapidement devenu la figure charismatique de son quartier, le genre de jeune que tout le monde connaît, qu'on croise aux soirées, jovial, solaire... mais sans destination claire.

Rien ne prédisposait ce noctambule à devenir un entrepreneur en série. Il le répète volontiers : personne ne croyait vraiment en lui, sauf deux personnes.

Et ce soutien suffit parfois à enclencher une mue. À 25 ans, il se lance dans l'événementiel avec son ami de toujours. Les projets s'enchaînent, souvent brillants, parfois fragiles. Mais John a une qualité qui compense tout : une capacité rare à sentir ce que les gens cherchent avant même qu'ils ne le formulent.

Lorsque le magazine Zoute People naît, c'est exactement ça : l'intuition d'un média qui capture l'énergie d'une époque, l'envie de montrer ceux qui créent le mouvement plutôt que ceux qui en parlent. Le succès fulgurant des déclinaisons qui suivront le confirmera.

Mais derrière l'homme public flamboyant, un moment charnière va restructurer sa vie. En 2007, son père décède brutalement. John hérite d'un bâtiment, d'une école, d'un journal, et surtout d'une responsabilité symbolique : la continuité. Il reprend, réinvente, transforme. Mais l'exercice est difficile. Les premières années sont un mélange de projets, d'échecs, de reconstructions. Jusqu'à ce que 2012 vienne ajouter un événement de plus : un cancer, heureusement traité à temps, mais qui joue le rôle d'électrochoc.

C'est là que tout change.

Durant la convalescence, il observe le monde des affaires, ses codes, ses limites. Il constate que les clubs traditionnels n'accueillent pas tout le monde. Il voit que les entrepreneurs, les commerçants, les PME, les visionnaires manquent d'un lieu où se rencontrer sans contrainte, sans jugement, sans protocole. Il comprend que les histoires racontées par ceux qui ont réussi valent plus qu'un déjeuner guindé.

Ainsi naît le B19.

Un club ouvert et vivant. On y networke le matin, on y partage l'expérience le soir. On y rencontre autant un CEO du BEL20 qu'un créateur d'entreprise indépendant. On y écoute des speakers qui parlent vrai, qu'ils soient acteurs, dirigeants, humoristes ou anciens chefs d'État. Ce mélange improbable, lui seul pouvait l'imaginer.

*La croissance du B19 est spectaculaire.
De quelques centaines de membres,
il devient le plus grand cercle business du pays.
Puis il s'étend, d'une ville à l'autre,
jusqu'au Luxembourg avec la création
du B17. Et ce qui frappe, c'est que chaque
nouvelle ouverture s'inscrit dans une logique
presque familiale : ouvrir la porte,
créer du lien, donner une chance.*



Cette dimension humaine, on la retrouve aussi dans l'École « Campus 19 », projet philanthropique né en 2017, aujourd'hui membre du Groupe 42. Inspirée du modèle de Xavier Niel, l'école offre à de jeunes talents une formation moderne, gratuite et alignée avec les besoins du marché. Pas de diplôme requis, pas de barrière d'entrée. La seule condition : l'envie d'apprendre. C'est un geste directement hérité de son père, une manière d'honorer la transmission.

Sa carrière dans la presse suit la même logique : reprendre, moderniser, assumer. Le journal PAN renaît sous sa houlette, s'impose à nouveau dans le paysage belge et prouve qu'une ligne éditoriale assumée peut encore trouver son public. Cette présence médiatique l'amène ensuite à la télévision et à la radio en Belgique et en France, où son franc-parler devient une signature.

*Ce que John retient de tout ce parcours,
ce ne sont ni les succès, ni les chiffres,
ni les titres. C'est une conviction simple :
tout le monde mérite une deuxième chance.
Certains en ont besoin d'une troisième.
Il le sait mieux que personne.*

Et si aujourd'hui des milliers d'entrepreneurs se réunissent sous la bannière du B19 ou du B17, c'est sans doute parce qu'il incarne lui-même cette idée : un homme qui ne se conforme pas aux modèles, mais qui, pourtant, inspire autant ceux qui réussissent déjà que ceux qui cherchent encore leur voie.

B¹⁹

B19 Business Club
www.b19.be

→ TEXTE : ARNAUD LEBALLEUR

→ PHOTOS : B19



LA VIE EST BELLE

PRIVATE PROPERTIES DEVELOPMENT

EN PLUS DE LA FLORIDE, NOUVEAU PROJET A IBIZA !

— 4005 S OCEAN BOULEVARD • HIGHLAND BEACH —



VENDU
30,0 M USD

— 1369N VENITIAN ISLANDS • MIAMI —



VENDU
20,6 M USD

— 3050 S OCEAN BOULEVARD • MANALAPAN —



EN CONSTRUCTION
LIVRAISON 2026
EN VENTE : 46,5 MUSD

— NOUVEAU PROJET A ROCA LLISA • IBIZA —



NOUVEAU PROJET
LEVEE DE FONDS EN COURS
EN VENTE : 9 ME

AVEC NOUS SUR NOS
PROCHAINS CLUB DEALS ?

JOIN US ON
THE NEXT CLUB DEALS ?



CONTACT INVESTISSEURS

PIERRE THOMAS
PHONE LUX : +352 621 49 06 29
PIERTOMA@EUROCOMNETWORKS.COM

PLUS DE 20 PROJETS
DÉJÀ FINANÇÉS ET VENDUS !

LA VIE EST BELLE – EUROCOM CAPITAL / EMC SA

www.lvebproperties.com

EUROCOM GROUP – 10 BOULEVARD ROYAL – L 2449 LUXEMBOURG



TALKS B17 X FORBES

*Notre grand rendez-vous
business mensuel*

Chaque édition réunit des experts renommés et des intervenants issus de divers secteurs, qui explorent les tendances actuelles et les défis à venir, avec une diffusion des débats et analyses dans le magazine Forbes Luxembourg. Un format de conférences immersif et sans filtres, favorisant des discussions approfondies et interactives. Grâce à la qualité de ses invités et de ses contenus, le Talk B17 x Forbes est devenu un « *must to be here* » de la place luxembourgeoise.

B17Forbes

Alors que des entreprises pionnières telles que Blue Origin rapprochent chaque jour un peu plus le rêve du tourisme spatial, la perspective de passer du temps libre au-delà de la Terre paraît désormais à portée de main. Pourtant, *Paolo Nespoli*, *astronaute italien retraité*, a rappelé lors d'un Talk B17 x Forbes le 25 juin que la réalité du voyage spatial demeure bien plus exigeante que ne le laisse croire l'imaginaire collectif.





*Un « atterrissage en douceur »
pour l'Asteroid Day*

« Il faut environ une semaine pour commencer à se sentir à peu près normal. Au début, on a un peu l'impression d'être ivre ou drogué. Après 7 à 10 jours, on vous rend votre permis de conduire », a plaisanté Paolo Nespoli. « Mais il faut six mois pour récupérer complètement. »

L'ancien astronaute a détaillé l'impact physique du vol spatial, expliquant que les astronautes perdent entre 1 et 5% de leur masse musculaire chaque semaine en microgravité.

« Le retour sur Terre est bien plus complexe qu'on ne l'imagine. Le Soyouz descend avec un parachute, et puis—Bang! C'est ce que les Russes appellent un atterrissage en douceur », a-t-il raconté en souriant. « Quand on m'a extrait de la capsule, j'ai demandé en russe approximatif: « C'est ça, un atterrissage en douceur? » Le technicien m'a répondu: « Tu es vivant, non? Alors c'est doux. »

Né à Milan, Paolo Nespoli a mené une brillante carrière militaire avant de poursuivre des études d'ingénierie aérospatiale, aéronautique et astronautique aux États-Unis.

Il a ensuite rejoint l'Agence spatiale européenne (ESA) comme formateur d'astronautes. Sélectionné par l'Agence spatiale italienne en 1998 pour intégrer le corps des astronautes de l'ESA, il n'effectue son premier vol spatial qu'en 2007 à bord de la navette STS-120. Suivent deux missions de longue durée à bord de la Station spatiale internationale (ISS), entre 2010 et 2011, puis en 2017.

Fort de ses 313 jours passés dans l'espace, Nespoli a captivé le public du B17 x Forbes Talk avec ses récits de mission, ses anecdotes de formation rigoureuse, et ses observations sur l'évolution du secteur spatial depuis sa retraite en 2018. Aujourd'hui conférencier

reconnu, il partage son expérience avec un humour pince-sans-rire et une vision lucide du futur de l'exploration spatiale.

Évoquant la collaboration internationale qui a donné naissance à l'ISS, il a rappelé: « La station a été principalement construite par les Américains grâce à la navette spatiale. Il a fallu 35 missions pour l'achever, avant que la navette ne soit retirée du service en 2011. »



La conversation a ensuite abordé les différences entre astronautes et touristes de l'espace, les défis technologiques émergents et les impacts environnementaux du secteur spatial. Sur ce dernier point, Nespoli a mis en garde: « Si l'on commence à faire voler cent missions spatiales par jour pour des touristes, là, oui, cela finira par avoir un vrai impact. » Interrogé sur la colonisation de Mars, il a exprimé un certain scepticisme. Rappelant l'enthousiasme des années 1960 et 1970, où l'on prédisait des missions humaines vers Mars « dans les quinze ans », Nespoli a souligné la persistance du mythe:

« À l'université, on nous disait que nous irions sur Mars dans quinze ans. Je me suis dit: si je deviens astronaute, j'en ferai partie. Trente ans plus tard, j'ai pris ma retraite. Et maintenant, on dit toujours qu'on ira sur Mars... dans quinze ans », a-t-il conclu avec un sourire amusé.



→ TEXTE ET PHOTOS:
FORBES LUXEMBOURG

CHANGEZ.

Prenez votre futur en main, changez le monde de l'entreprise.
Réinventez nos métiers, venez construire l'avenir avec nous.

Découvrez toutes nos offres sur jobs.inextenso-belux.com

In Extenso

ENTREPRENEZ L'AVENIR.

**Vos agences proche
de chez vous :**

Arlon, Bastogne, Doncols,
Liège, Luxembourg,
Marche-en-Famenne
et Windhof



Expertise-comptable • Conseil • Audit • Juridique • Social • Paie



—
*Nos ressources humaines
sont notre plus grande richesse*
—

B17 fait sa rentrée avec *Laurent Louyet*

DIRIGER,
TRANS-
METTRE,
GRANDIR.

L'ambiance était studieuse au B17 pour son premier Talk B17 x Forbes de la saison 2025-2026. Dans une ambiance conviviale, mais concentrée, le public est venu écouter un parcours des plus inspirants, celui de Laurent Louyet, CEO du groupe familial éponyme depuis 2013. L'entreprise familiale – qui ne comptait alors que 60 collaborateurs – en compte désormais 1400 :

*Une trajectoire impressionnante,
racontée sans fard,
et au cœur de laquelle l'humain
tient toujours une place prépondérante.*

Il ne faut que quelques minutes pour comprendre pourquoi le rendez-vous attire autant : le format du Talk B17 x Forbes repose sur l'authenticité et un certain sens de la simplicité. Pas de chichis et une atmosphère propice à la confession : « ce qui se dit ici reste ici », plaisante Pierre-Yves Lanneau Saint Léger qui conduit cette discussion à bâtons rompus. Cette confidentialité donne à la salle une atmosphère de club privilégié, où la parole est libre et les questions fusent sans détour.

Laurent Louyet se livre avec simplicité.

Il évoque ses journées marathons – commencées tôt en Belgique avec ses équipes, poursuivies au Luxembourg, souvent terminées sur la route, son « bureau roulant », mais insiste surtout sur ce qui l'anime : les femmes et les hommes du groupe. « Nos ressources humaines sont notre plus grande richesse », rappelle-t-il.

Une success story familiale aux valeurs solides

L'histoire de l'entreprise familiale remonte au grand-père de Laurent Louyet. Ancien coureur cycliste, il a remporté plusieurs étapes du Tour de France avant de se reconvertir dans la vente de vélos sous sa propre marque, Louyet. C'est ensuite qu'il s'oriente vers l'automobile, en ouvrant un garage BMW à Charleroi, posant les bases de ce qui allait devenir le groupe Louyet. De ce socle, la famille Louyet a bâti, génération après génération, un groupe devenu un acteur incontournable de l'automobile de prestige en Belgique et au Luxembourg (et depuis peu sur la French Riviera), représentant des marques aussi prestigieuses que BMW, Rolls-Royce, Aston Martin, Jaguar ou encore McLaren.

Quatre valeurs – simples et solides

Mais derrière les chiffres et les logos brillants, ce sont surtout quatre valeurs – simples et solides – qui structurent l'aventure, à travers une culture d'entreprise forte : respect, esprit d'équipe, enthousiasme et perfectionnisme.



« On peut avoir toutes les compétences du monde, si on ne partage pas ces valeurs, ça ne colle pas », souligne Laurent Louyet.

Une conviction forgée dès les débuts, quand la concession n'était encore qu'une PME régionale, et qui irrigue désormais un groupe de plus de mille personnes.

Croissance sous contrôle et gouvernance familiale

La gouvernance familiale joue un rôle clé dans cette trajectoire. 100 % du capital reste aux mains de la famille Louyet, ce qui permet au dirigeant de privilégier la stabilité et la transmission à long terme plutôt que la rentabilité immédiate. « Notre objectif n'est pas de doubler nos effectifs dans cinq ans, mais de ne pas rater les tournants stratégiques du marché », souligne-t-il. Le financement de la croissance s'est appuyé sur des prêts structurés, obtenus en convainquant des partenaires financiers sans jamais céder de parts de capital.

Une démarche qui témoigne de la volonté de rester maître de l'entreprise, tout en saisissant les opportunités au bon moment.

Dans le public, on sent l'admiration, mais également l'inspiration : au-delà de la réussite entrepreneuriale, c'est l'attachement aux racines et à la transmission qui frappe. Le dirigeant évoque son père, son grand-père, ses enfants – Lola et Louis – avec tendresse, comme un fil rouge familial qui dépasse les générations.

La soirée se conclut sur cette impression forte

Plus qu'un CEO, Laurent Louyet est un passeur de valeurs, convaincu que l'entreprise n'est pas seulement une machine à croître, mais un organisme vivant, à protéger et à transmettre. Bref, une première conférence de la saison qui résolument donnera le ton : celui d'un regard sans filtre sur les défis des dirigeants, à la croisée de la stratégie, de la gouvernance et des valeurs.

Retours en images



Vise la video



→ TEXTE ET PHOTOS :
FORBES LUXEMBOURG

Crypto Luxembourg, pionnier de la finance numérique régulée

Le 7 octobre, B17 et Forbes Luxembourg ont réuni un public d'initiés au Tero House 17, à l'occasion d'échanges denses et sans concession autour de la finance digitale, de la crypto et de la tokenisation.

Très loin du simple talk, la rencontre a pris les atours d'un débat à plusieurs voix, le public ayant largement contribué à la discussion. Les intervenants – Xavier Buck, cofondateur et président d'EuroDNS et administrateur indépendant de 6Monks, Bénédicte Keith, CEO

de SnapSwap International (Wallee Group), et Maître Harry Lars Ghillemy, avocat et cofondateur de la House of Web3 Luxembourg – ont exploré ensemble les enjeux d'une industrie plus si nouvelle, qui, plus que jamais, entre dans sa phase de structuration.



Un moment charnière pour le marché

Naturellement, le débat s'ouvre sur un chiffre, puisque dimanche 5 octobre, le Bitcoin a franchi la barre des 125 000 dollars, un record symbolique pour un actif dont la perception a profondément changé.

Si les avis des intervenants divergeront sur plusieurs points au cours de la soirée, ils s'accordent sur cette idée : la crypto n'est plus une niche spéculative. Bien au contraire, elle est entrée dans une phase de structuration, après plusieurs années durant lesquelles son encadrement relevait principalement du droit national, soutenue désormais par la mise en place du règlement européen MiCA (Markets in Crypto-Assets) et par l'intérêt croissant des investisseurs institutionnels. « Nous sommes à un moment charnière », déclare Xavier Buck. « Les grandes banques n'ont plus le choix : les investisseurs veulent des produits crypto, la technologie est prête. Le Luxembourg ne peut pas rester à la traîne. » Il poursuit en expliquant que cette transformation n'est pas une mode : elle marque la fin du « Far West » et l'entrée de la crypto dans l'économie régulée. « Les acteurs professionnels recherchent désormais des infrastructures solides, des mécanismes de garde et des processus de conformité capables de rassurer les investisseurs. »

De la spéculation à la structuration

Le parallèle dressé par Xavier Buck entre la crypto et l'essor d'Internet au début des années 2000 trouve un écho dans la salle. Comme le web à l'aube du XXI^e siècle, la crypto s'institutionnalise. 6Monks, dont Xavier Buck est administrateur indépendant, est d'ailleurs la première AIFM régulée au Luxembourg à pouvoir gérer des fonds en actifs numériques en marque blanche. Une illustration concrète de cette mutation : les fonds alternatifs et les gestions sous mandat incluent désormais des stratégies crypto dans un cadre totalement conforme au droit européen encadrant ces activités..

La tokenisation, poursuit Xavier Buck, « ne concerne plus uniquement les cryptomonnaies : elle s'étendra à tous les secteurs (finance, immobilier, art, luxe), car elle rend les actifs plus liquides, traçables et accessibles ». Cette évolution, partagée par les trois interve-

nants, traduit une réalité : le Web3 s'affiche désormais comme un nouveau pilier de la finance internationale.

Un cadre réglementaire européen devenu un avantage compétitif

L'avènement des réglementations MiCA, CASP et VASP favorise davantage l'adoption en établissant des mesures spécifiques pour les actifs numériques, qui complètent et spécialisent le cadre existant. En résumé, cela signifie que la réglementation européenne, autrefois perçue comme une contrainte, apparaît désormais comme un avantage compétitif. « Ce qui est en jeu, » a expliqué Harry Lars Ghillemy, « c'est la capacité de la technologie à garantir la traçabilité, la transparence et l'immuabilité des transactions. La réglementation européenne a réussi à reconnaître ces avantages tout en contenant les excès potentiels. »

Il distingue trois catégories principales de jetons :

- les instruments financiers tokenisés, déjà couverts par la directive MiFID et le règlement Prospectus, qui régissent également les instruments financiers traditionnels. Cela peut inclure des entreprises comme Bitflyer et Bitstamp, qui ont été régulées en tant que établissements de paiement ;
- les utility tokens, associés à un usage ou à un service spécifique ;
- et les stablecoins, désormais encadrés par le Règlement MiCA, qui distingue les asset-referenced tokens (ART) et les e-money tokens (EMT), selon qu'ils sont adossés à un panier d'actifs ou à une monnaie unique.

Cette clarification permet aux institutions de la finance de se positionner sans crainte d'insécurité juridique. « La régulation n'est pas un frein à l'innovation, ajoutez-il. C'est une condition de sa durabilité. »

Le Luxembourg, où la CSSF entretient un dialogue constant avec les acteurs du secteur, illustre parfaitement cette logique : un marché encadré, mais ouvert à l'expérimentation. L'annonce, le matin même, d'un fonds souverain émis partiellement sur blockchain par le ministère des Finances a renforcé cette impression d'une place financière proactive. « Le Luxembourg n'attend pas que les réglementations s'imposent,

observe Harry Lars Ghillemy. Il les anticipe et les met en œuvre dans un cadre cohérent. »
Comprenez, la régulation a permis donner à la crypto la crédibilité qui lui manquait jusqu'alors.

L'éducation, clé de la confiance

Si la structuration du marché s'accélère, Bénédicte Keith rappelle que l'enjeu n'est pas seulement technique. « Si le marché devient plus organisé, il reste toutefois complexe. C'est pourquoi les investisseurs privés doivent être accompagnés. Il existe aujourd'hui des acteurs régulés capables de gérer ces actifs et d'assurer la conformité. »

Elle insiste sur la nécessité de renforcer la pédagogie auprès des investisseurs privés et institutionnels, en s'appuyant sur des intermédiaires agréés. « Les États-Unis avancent vite, parfois trop. L'Europe, elle, avance lentement mais solidement. À long terme, c'est cette solidité qui garantira la confiance. »

C'est dans ce cadre que Karima Lachgar, CEO de Olky Wallet, prend la parole. Son témoignage a apporté une perspective concrète, car elle-même est actuellement confrontée à la réalité du processus réglementaire.

« Ce processus nous oblige à être rigoureux sur tous les aspects - conformité, transparence, gouvernance. Ce n'est pas un frein ; c'est une discipline qui structure le marché. » Une remarque saluée, car elle traduit le changement de culture en cours : les acteurs du Web3 n'opposent plus régulation et innovation. Ils les considèrent comme indissociables.

Le Luxembourg, laboratoire du réel

Tous les intervenants ont rappelé le rôle précurseur du Grand-Duché dans l'adoption encadrée des technologies financières. « Dix ans avant les autres, le pays avait compris le potentiel de la blockchain », souligne Xavier Buck. « À présent, c'est l'Union européenne qui suit cette trajectoire. » Cette avance s'explique notamment par une combinaison rare : une culture financière solide, un régulateur accessible, et une capacité à intégrer les nouvelles technologies sans rupture de cadre.

Ainsi, le Luxembourg se positionne désormais comme un laboratoire européen de la finance numérique, où les acteurs publics et privés expérimentent la mise en œuvre concrète des textes européens.

Vers une finance intégrée

Tous les intervenants s'accordent : la crypto ne restera pas un actif à part.

« Les produits crypto deviendront une composante naturelle de la gestion d'actifs », anticipe Xavier Buck. « Comme Internet a fini par se fondre dans les usages, les actifs numériques s'intégreront dans les portefeuilles traditionnels. »

Pour Harry Lars Ghillemy, la réussite de cette intégration dépendra de l'alignement entre technologie, gouvernance et droit. « L'innovation n'a de sens que si elle s'accompagne de règles claires. C'est ce qui permettra au marché de passer d'une logique spéculative à une logique de valeur. »

Un leadership assumé

Au terme de l'échange, une conviction est partagée : le Luxembourg dispose désormais d'un modèle d'équilibre entre régulation et innovation. En anticipant les évolutions législatives, en accompagnant les acteurs et en favorisant un dialogue constant entre institutions et entrepreneurs, la place luxembourgeoise consolide son rôle de hub européen de la finance numérique.

« Ce que nous voyons aujourd'hui, c'est une convergence entre technologie, régulation et marché, résume Pierre-Yves Lanneau Saint Léger. "Et le Luxembourg a su l'aborder avec pragmatisme. »



→ TEXTE : SARAH BRAUN
→ PHOTOS : NADERI PHOTOGRAPHY

Cliquez la vidéo



Conférences | Débats | Rencontres.
L'excellence Forbes, en direct du Luxembourg.

Pour les décideurs à
Luxembourg, dont la vision
dépasse les frontières.



Forbes^{Lu}

S b t t j p o

Pourquoi
et pour qui
collectionne-t-on ?

V u s b u t t h j f



ADRIANO PICINATI DI TORCELLO

*coordinateur mondial
Art & Finance chez Deloitte*



SOPHIE CLAUWAERT

Art Advisor chez Puilaetco

DENIS MARTINATO

*Senior Wealth Planner
chez Quintet Private Bank*

Un format *confidentiel* pour comprendre un univers aussi *passionnel que* *stratégique*

En marge de la Luxembourg Art Week (du 21 au 23 novembre 2025), le talk B17 × Forbes du 13 novembre 2025 a réuni à la House17 une communauté de collectionneurs, de professionnels du patrimoine et de passionnés désireux de mieux comprendre un monde souvent perçu comme opaque : celui de la collection d'art.

Pour ce faire, B17 et Forbes ont convié un trio d'intervenants qui couvre tout le spectre de la collection : Sophie Clauwaert, Art Advisor chez Puilaetco, qui accompagne les collectionneurs dans la construction et la gestion de leurs ensembles ; Adriano Picinati di Torcello, coordinateur mondial Art & Finance chez Deloitte et auteur du rapport de référence dans le domaine ; et Denis Martinato, Senior Wealth Planner chez Quintet Private Bank, spécialiste des dimensions fiscales, juridiques et successorales liées aux œuvres d'art.

Toujours dans une atmosphère confidentielle, le rendez-vous a cultivé une atmosphère de confiance propice aux questions franches, aux témoignages spontanés, comme aux analyses précises étrangères aux conférences classiques.

Résolument, une immersion dans un secteur méconnu, à mi-chemin entre conversation privée et décryptage expert.



Entre émotion, expertise et réalité patrimoniale

« La grande majorité des collections commencent par la passion. Et heureusement », déclare Sophie Clauwaert. Un coup de foudre en galerie, une œuvre qui attire irrésistiblement l'œil, un souvenir lié à une époque... Une dimension passionnelle qui continue de guider les collectionneurs, même les plus aguerris. Très vite pourtant, la discussion a montré que la passion ne suffit pas.

Une œuvre d'art ne vit pas seule : elle doit être documentée, déclarée, assurée, conservée, transportée dans de bonnes conditions.

« Une collection, c'est de l'émotion, mais c'est également une documentation rigoureuse et digitalisée. L'un ne va pas sans l'autre », explique Adriano Picinati di Torcello. Les intervenants se sont d'ailleurs rejoints sur cette vérité essentielle : une collection se construit autant avec des émotions qu'avec des documents. Factures, certificats d'authenticité, historique de conservation et de provenance... Sans ces éléments, une œuvre perd en valeur, en traçabilité et en liquidité. Beaucoup dans l'audience ont reconnu s'être laissés guider par l'intuition avant de devoir, parfois tardivement, structurer leur patrimoine artistique.

Les échanges avec le public ont rendu la soirée particulièrement concrète. Plusieurs collectionneurs ont évoqué ce moment charnière où, après des années d'achats motivés par l'instinct, surgit une question simple : « Que faire de toutes ces œuvres ? » Transport, assurance, fiscalité, stockage, restauration... autant d'enjeux qui apparaissent soudain et exigent une organisation rigoureuse.

Un marché en mutation et des collections en pleine évolution

Les intervenants ont également souligné l'évolution rapide du marché. On ne collectionne plus uniquement des tableaux ou des sculptures : montres, sacs iconiques, voitures classiques, vins rares, objets de design et même fossiles entrent aujourd'hui dans le champ des « collectibles ».

Ce segment en forte croissance attire une génération nouvelle, plus diversifiée dans ses goûts et plus attentive à la traçabilité.

Cette diversification multiplie les opportunités, mais aussi les responsabilités pour les collectionneurs, qui doivent s'adapter à des catégories d'actifs très différentes.

La question de la transmission a elle aussi occupé une place centrale dans la conversation. Les experts ont rappelé que l'héritage d'une œuvre d'art exige une anticipation minutieuse comme l'explique Denis Martinato « la valeur d'une œuvre n'est jamais un chiffre unique: entre la valeur de marché, la valeur assurantielle et la valeur de partage, les écarts peuvent être importants. Sans préparation, une œuvre unique peut créer des déséquilibres entre héritiers, générer des tensions ou entraîner une vente forcée. Les inter-

venants ont insisté sur l'importance du dialogue, de l'inventaire et de l'anticipation, autant pour préserver la cohérence d'une collection que pour éviter les conflits familiaux. » Différencier la valeur d'assurance, la valeur de marché et la valeur de partage est ainsi indispensable pour éviter les tensions familiales ou les ventes précipitées. À l'inverse, un inventaire structuré, des décisions anticipées et un dialogue ouvert entre générations permettent de préserver l'intégrité et la cohérence d'une collection.

Retour en images



- TEXTE:
PIERRE-YVES LANNEAU SAINT LÉGER
- PHOTOS: NADERI PHOTOGRAPHY



2025

En images

Flashback

01



02



- 01 - Conférence « Artketing » de Stéphanie Breydel chez Aston Martin
- 02 - B17 Golf Cup with BMW
- 03 - Talk B17 x Forbes avec Marie-Jeanne Chèvremont-Lorenzini
- 04 - CEO Lunch avec Vincent Manuel, Deputy CEO - Indosuez
- 05 - Dégustation exclusive du Château Quintus au Tero House17
- 06 - Conférence de Nicolas Sarkozy au B19 Bruxelles

03 →



04
↓



05



06



20

Hashback



07
↓



08



- 07 - Cocktail de vernissage de l'expo OLLL au Tero House 17
- 08 - Talk B17 x Forbes L'alimentaire en perspective



09



10



11



09 - Car Avenue - Henri Leconte Golf Cup by Golf Planet Events

10 - Visite privée de l'Expo photo Olivier Dassault à la BIL par Stéphanie Breydel

11 - Lancement officiel du magazine B17 « LE CLUB »

THE RECRUITER

Des solutions RH sur mesure



Nicolas HURLIN
Fondateur

Marilyn HURLIN
Associée

Cher Nicolas, présentez-nous THE RECRUITER ?

THE RECRUITER est un cabinet indépendant de conseil en ressources humaines, expert dans trois domaines clés :

- **Le recrutement par approche directe** dans les secteurs Tech, finance, industrie, services et santé.
- **Les services RH externalisés**, où nos consultants renforcent les équipes RH de nos clients, conduisent des Assessment Center ou accompagnent sur des missions d'outplacement. Nous sommes certifiés DISC, MBTI, OPQ.
- **Le contrôle de références professionnelles**, grâce à notre propre outil et plateforme digitale : *Background Check*.

Quelle est votre méthodologie ?

Il s'agit d'un travail de fond : référencement stratégique, recherche par approche directe, cartographie précise des candidats et exploitation rigoureuse de nos réseaux professionnels.

Nous utilisons des outils et techniques d'entretien avancés pour garantir des recrutements précis et durables.

Au-delà du matching technique, nous visons la pérennité de la relation entre candidat et entreprise.

Cela est lié à la compréhension de l'environnement managérial et culturel de l'entreprise. Nous travaillons étroitement avec nos clients, à travers des échanges hebdomadaires, pour assurer transparence et réactivité. Concernant nos services RH externalisés, nos consultants s'intègrent dans les équipes internes afin de renforcer leur efficacité : structuration & transformation de départements RH, simplification et digitalisation des processus, formation, accompagnement au développement des compétences.

Qui sont vos clients et quels sont les enjeux ?

Nous collaborons avec des grandes entreprises ainsi qu'avec des structures de taille intermédiaire. Nos mandats de recrutement sont souvent exclusifs, sur des postes clés de management ou d'expertise, dont les rémunérations varient entre 70K€ et 250 K€ annuels. Ces profils sont à rechercher à l'international ou dans le marché luxembourgeois. Dans le cas d'une relocalisation, il faut savoir « promouvoir » le Luxembourg. Les enjeux personnels du candidat entrent en compte. C'est une partie enrichissante pour nos consultants. L'analyse des leviers de motivation est déterminante.

Notre mission consiste à proposer le profil idéal pour chaque poste, si la finalité est évidente, la réalisation est toute autre. Il s'agit d'un métier où la ténacité prime.

Revenons sur Background Check. De quoi s'agit-il ?

Les CV embellis, voire falsifiés, se multiplient. Cela peut avoir de lourdes conséquences pour les deux parties. Lors de mon expérience chez Schneider Consulting, nous avons créé *Dr Chexs* en 2007, une plateforme dédiée à la vérification de CV. En 2015, nous l'avons rachetée et rebaptisée Background Check. Cet outil permet de vérifier les données personnelles, professionnelles, comportementales, le bagage d'étude et la visibilité digitale des candidats. C'est un moyen de sécuriser les recrutements et de bâtir une relation de confiance dès le départ. L'outil est en conformité RGPD.

Quelle est votre force ?

Nous couvrons tout le spectre RH: de la sélection et l'intégration de candidats à l'évaluation interne des compétences et, si besoin, à l'accompagnement à la mobilité. Cette approche 360° crée une relation de confiance avec nos clients pour leur proposer des solutions sur mesure à chaque étape. Je suis également co-président de la fédération FR2S, qui promeut un code de déontologie et des bonnes pratiques du métier. C'est une garantie de professionnalisme.

Qui est aux manettes de THE RECRUITER ?

J'ai fondé THE RECRUITER en 2013 avec mon épouse et associée Marilyn. Nous sommes aujourd'hui 8 collaborateurs à Luxembourg. Mon parcours a débuté au Luxembourg en 1999 suite à mon transfert depuis Nancy par Europe 1 Communication (régie Europe 2, RFM, Skyrock). De 2001 à 2013, Marilyn et moi avons évolué chez *Schneider Consulting* puis *Rowlands International*. Nous avons envie d'agilité, de liberté dans la création de services à l'image du développement de *HR Advisory* et *Background Check*. Créer notre propre structure s'est imposé comme une évidence. THE RECRUITER est né d'une passion partagée et d'un désir d'indépendance.

Comment se porte le marché de l'emploi au Luxembourg ?

Le marché est paradoxal: le chômage augmente et l'attractivité du pays est sous pression. Plusieurs facteurs y contribuent: des ajustements intergénérationnels dans le rapport à l'entreprise, la tension du logement, une fiscalité parfois moins compétitive et des disparités entre secteur public et privé qui challengent les rapports de force. Malgré cela, Luxembourg demeure une place forte pour des postes d'experts et des profils qui recherchent un environnement international et orienté résultat, des atouts auxquels s'ajoute une qualité de vie hors pair. Le plus dur est de faire venir, une fois conquis la magie du marché opère.

Comment voyez-vous l'avenir du marché ?

Les entreprises se concentrent sur la création d'équipes d'excellence et leur optimisation. De nouveaux métiers émergent: il faut anticiper les compétences de demain, s'inspirer de l'innovation ailleurs et placer l'attractivité au cœur des priorités. Séduire les jeunes générations tout en recrutant des seniors, s'adapter aux nouveaux modes de travail et intégrer intelligemment les outils d'IA qui transforment les métiers restent des enjeux majeurs. Plus que jamais, miser sur l'agilité humaine est essentiel.

THE RECRUITER

83 rue de Bonnevoie
L-1260 Luxembourg
therecruiter.lu

SERVIPAY

Plus qu'un terminal :
un service !

Rencontre avec
Étienne Renaux
fondateur de SERVIPAY

Qu'est-ce qui fait courir Etienne Renaux ?

J'ai toujours été entrepreneur. C'est un état d'esprit plus qu'un métier. Avant Servipay, j'ai travaillé dans la logistique, la vente, les services et progressivement dans le paiement. Ces expériences m'ont appris à comprendre les besoins des commerçants et les réalités du terrain.

Ce sont les clients, leurs défis et leurs problématiques qui ont façonné mon savoir-faire. Ce parcours m'a donné trois fondations : un sens aigu du service, une connaissance précise du marché local et transfrontalier et une capacité à innover à partir du concret plutôt que de la théorie.

Quelles ont été vos activités avant la création de Servipay ?

J'ai monté plusieurs projets en Belgique, toujours liés au service, à la relation client et à la distribution. Cela m'a appris la valeur du travail, de la persévérance, de la fiabilité et de la parole donnée. Ces principes m'ont suivi lorsque je suis entré dans le paiement digital, un secteur où la confiance est essentielle.

Comment est née l'idée de Servipay ?

Servipay est né en 2012 d'une simple observation : il n'existait pas au Luxembourg d'acteur de paiement local réellement réactif, éthique et centré sur le service. Fort de mon expérience en Belgique, j'ai compris qu'il y avait un espace à occuper avec une approche qualitative.

Au départ, je travaillais depuis Charleroi et faisais des allers-retours permanents. J'ai construit seul ma première base clients : près de 500 commerçants rencontrés un par un !

Ma conviction était claire : une technologie fiable et rapide compte, mais le service humain fait la différence. C'est ce qui a posé les bases de Servipay.



Comment Servipay s'est développé au Luxembourg puis en Belgique ?

L'approche "Service First", créée au Luxembourg, a séduit les banques partenaires et a immédiatement parlé aux commerçants (restaurants, boutiques, artisans, PME,...). Tous cherchaient une solution simple, fiable et un interlocuteur capable de répondre vite. Ensuite, nous nous sommes développés en Belgique sous la marque PayPuce, et avons aussi lancé un département événementiel avec PayPerPot. Les deux marchés sont différents mais surtout très concurrentiels; d'où l'impératif de se différencier par notre agilité et notre qualité de service.

Comment définiriez-vous Servipay aujourd'hui ?

Servipay est une entreprise luxembourgeoise spécialisée dans les paiements intelligents, l'e-commerce et les solutions omnicanales. Notre expertise repose sur plusieurs éléments : des terminaux Android blancs, élégants et ergonomiques ; une technologie fluide et plug-and-play ; qui s'intègre à tous les systèmes de gestion. Nous revendiquons fièrement nos labels « **Made in Luxembourg** » et « **ESR** », avec un siège écoresponsable reconnu pour sa performance environnementale.

Comment l'entreprise a-t-elle évolué depuis ses débuts ?

Le changement est considérable depuis 2012. Nous sommes passés d'un bureau modeste à un siège écoresponsable et d'un auto-entrepreneur à une équipe structurée et multigénérationnelle. D'un simple terminal, nous avons développé un écosystème complet : e-commerce, omnicanal, abonnements... Et, d'un positionnement très local, nous avons évolué vers une présence forte dans tout le Benelux tout en gardant notre ADN de proximité, service et fiabilité.

Comment vous positionnez-vous sur le marché ?

Nous avons une position unique dans le paysage européen des paiements : une entreprise familiale luxembourgeoise, construite par des entrepreneurs pour des entrepreneurs. Servipay accompagne aujourd'hui des milliers de PME au Luxembourg et en

Belgique. C'est un groupe d'une quarantaine de personnes pour trois entités et qui réalise plus de 35% de parts de marché au Luxembourg !

Vous êtes en train de transmettre la société à vos deux fils ?

Oui, c'est une étape importante. Il s'agit d'une transmission naturelle et stratégique. Dans l'organigramme actuel, Alexandre est CMO et François est CFO. Ils connaissent déjà parfaitement le projet et apportent énergie, modernité et vision, tout en préservant notre ADN familial : service, proximité et esprit entrepreneurial. Cette transition prépare Servipay pour les prochaines années tout en conservant nos valeurs fondamentales.

Quelles sont vos ambitions pour les années à venir ?

À moyen terme, nous voulons élargir nos solutions digitales, renforcer notre présence au Benelux, et aussi nous développer en France, en Allemagne et aux Pays-Bas. À long terme, nous ambitionnons de devenir une référence européenne des solutions de paiement smart et humaines, tout en portant le **Made in Luxembourg** à l'international.

Quelle est votre vision du Luxembourg et du B17 ?

Le Luxembourg est un écosystème dynamique et innovant, une place idéale pour une entreprise comme Servipay. Le B17 représente une communauté économique solide, fondée sur la collaboration et les relations humaines. Il nous semblait évident de rejoindre cet écosystème et de participer aux synergies créées entre B17 Luxembourg et B19 Belgique. Et ici, on ne fait pas que travailler, on passe aussi de très bons moments.

SERVIPAY
Solutions de paiement



42, allée Louis Ackermann
L-1897 Kockelscheuer, Luxembourg
servipay.eu

LUXVISUAL

Les « grand-ducs »
de l'impression
grand format.

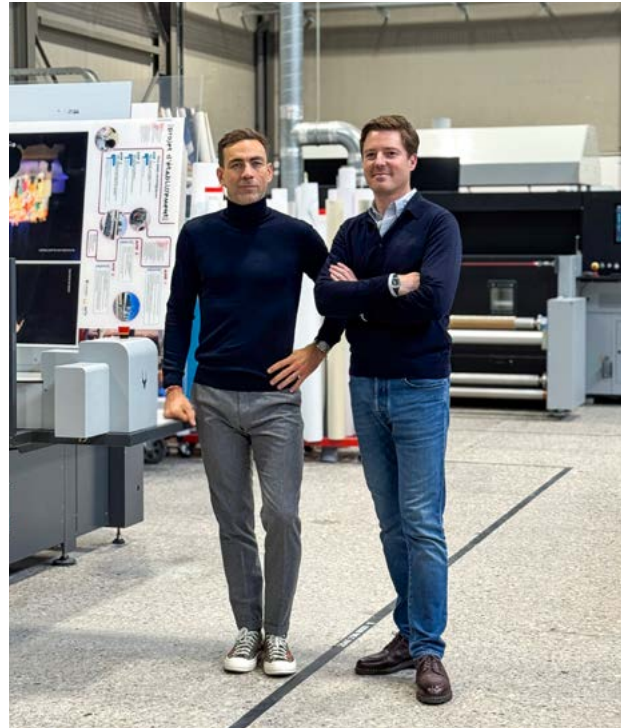
Interview croisée avec
Julien Gottstein
et Olivier Plumet
Associés de LuxVisual

Comment vous êtes-vous rencontrés ?

Olivier : Nous nous sommes connus en prépa HEC à Nancy. Ensuite, Julien est parti à l'ICN Business School Nancy et moi à Euromed Marseille. Nous avons conservé un lien d'amitié fort tout au long de nos études, partagé le même cercle d'amis et avons un intérêt commun pour l'entrepreneuriat.

Pourquoi s'être installés au Luxembourg ?

Julien : Je suis arrivé au Luxembourg en 2004, pendant mon année de césure, pour monter LuxVisual avec trois associés. Cela m'a permis de valider un semestre à l'étranger pour l'école, et je m'y suis senti très bien. Mes associés sont ensuite partis pour d'autres projets et Olivier m'a rejoint en 2008 pour développer ensemble l'entreprise. Olivier était chargé d'affaires chez HSBC à Marseille et pensait ne plus jamais quitter le Sud de la France. Notre amitié, nos valeurs, nos envies et ambitions communes ont planté le décor. À cette époque, on travaillait et on vivait ensemble 24h/24 dans une colocation de six personnes : il fallait qu'on s'entende vraiment bien (rires)!



Une belle aventure ! Et ensuite ?

Julien : Au départ, aucun plan très précis, mais une volonté commune d'apprendre, de progresser, d'entreprendre et de construire. L'aventure démarre dans un petit bureau de 30 m² à Merl, avec une activité d'achat et de revente de supports imprimés et produits de communication. Le vrai départ : un phoning intensif de deux semaines avec un fichier commercial d'une centaine de sociétés. La plupart sont encore nos clients 20 ans après ! Puis, on a mis continuellement l'accent sur l'innovation et l'investissement dans des machines professionnelles High Tech. Nous avons aujourd'hui le plus grand parc machine de la Grande Région et on maîtrise tout le processus d'impression, découpe, façonnage, confection et installation. De notre petit bureau du début à Merl, en passant par notre siège de la Cloche d'Or (2017 à 2022), jusqu'à l'acquisition de notre bâtiment actuel de production à Ehlerange ; 40 collaborateurs ont rejoint notre projet !

Pourquoi ce type d'activité ? Quel est votre core business ?

Olivier : Julien a toujours été passionné par l'impression numérique et la technologie. C'est un domaine en perpétuelle évolution, combinant créativité, technique et innovation. LuxVisual est un vrai « ONE STOP SHOP » et totalement « Made in Luxembourg ». Nos clients sont des acteurs reconnus de la place luxembourgeoise : banques, administrations, cabinets d'architectes, agences de communication, organisateurs d'événements, musées, etc. Spécialistes de l'impression grand format, nous maîtrisons la qualité, les délais et les prix, sans sous-traitance ; le tout en respectant nos valeurs et notre label « ESR - entreprise responsable ». LuxVisual est clairement l'acteur le plus complet et le plus innovant en grand format et en communication visuelle au Luxembourg.

Avez-vous quelques réalisations marquantes en tête ?

Julien : Nous prenons souvent part à des projets d'envergure : forums, expos, signalétique globale de sièges d'entreprises, grands événements ou plus récemment les festivités nationales du « Trounwiessel ». Notre plus grand souvenir est la création et l'installation d'une toile gigantesque de plus de 28 mètres de large sur le barrage d'Esch-sur-Sûre pour le Tour de France lors de son passage au Luxembourg en 2017. Une véritable prouesse technique !

Quelle est votre vision du Luxembourg ?

Olivier : C'est un pays propice à l'entrepreneuriat et qui propose de vraies facilités de financement, comme par exemple le crédit SNCI. LuxVisual est une structure indépendante et ne compte aucun investisseur externe. C'est aussi un pays agréable à vivre. Nous sommes fiers d'y avoir créé plus de quarante emplois et nous espérons que ce n'est pas fini. Le Luxembourg, c'est notre Maison depuis plus de vingt ans !

Et votre entente reste la même qu'au premier jour ?

Julien : Au-delà de la loyauté et de la confiance mutuelle, notre binôme trouve son efficacité dans la séparation des tâches. Au début, on faisait tout

ensemble y compris la pose sur les chantiers. Aujourd'hui, Olivier pilote la partie commerciale et business development ; et je gère la partie technique, admin et financière. Avec une règle simple, on ne lance pas un nouveau projet si on n'est pas tous les deux convaincus à 100%. Nous avons également à nos côtés une équipe soudée et très engagée, que nous considérons comme notre deuxième famille.



Quels sont vos objectifs ?

Olivier : Depuis 2008, on est passé de 350 000€ à 6 millions € de CA. Le but est de consolider la place de LuxVisual comme LA référence qualitative et humaine du secteur, de créer des emplois, en continuant à investir dans du matériel innovant ; le tout pour offrir le meilleur service de la Grande Région.

LuxVisual
Innovative Printing

40 Zare Ouest
L-4384 Elherange, Luxembourg
luxvisual.lu

PC3 CREATIVE

Empowering Brands with
+ Digital + Content + Community

Rencontre avec *Paul Comrie*, fondateur de PC3

Cher Paul, quel est votre parcours académique ?

J'ai étudié la littérature anglaise et russe à *The University of King's College*. J'ai toujours été fasciné par la manière dont un récit peut créer du sens et structurer une vision du monde. J'ai enchaîné par un Master en Writing & Media à l'Université d'East Anglia, un programme très connecté aux grands médias internationaux. Puis, j'ai débuté dans le journalisme international (*The Moscow Times*, *The Times of India*, *The Sunday Magazine*, *supplément du Times*). Je me suis alors spécialisé dans le storytelling long format, autour de la culture, de l'éco-

Quel lien vous lie au Luxembourg ?

Je suis arrivé au Luxembourg durant ma scolarité, lorsque ma mère a rejoint l'International School of Luxembourg. J'ai ensuite vécu dans plusieurs pays émergents, avant de revenir ici à 29 ans. Ce qui m'a convaincu de revenir ? La stabilité, l'ouverture internationale et la possibilité unique d'être au cœur de l'Europe tout en travaillant avec le monde entier.

Le Luxembourg est un pays stable où l'on peut engager des projets ambitieux tout en bénéficiant d'un environnement de vie exceptionnel.

Son écosystème combine PME dynamiques, un secteur financier puissant et des pôles d'innovation en grande expansion.

Les défis sont réels (logement, coût de la vie, rétention des talents) mais le potentiel est immense.

Le Luxembourg peut devenir un véritable « hub des hubs » pour les décideurs mondiaux.

Comment est née PC3 ?

J'ai quitté la presse écrite traditionnelle qui s'essouffait face à la digitalisation. De retour au Luxembourg, j'ai intégré un programme de la

Chambre de Commerce qui m'a conduit à créer ma première société. Au départ, je faisais surtout du coaching en communication pour dirigeants. Puis, j'ai très



De gauche à droite : Léa Hocquet, Luis Nunes, Xavier Capitaine, Paul Comrie.

nomie et de la mondialisation. Ces années ont renforcé mon intérêt pour les sujets qui expliquent, relient et éclairent les mouvements du monde.

vite identifié un besoin plus stratégique: aider les entreprises à construire leur « storytelling ». Mes premières missions entre le Luxembourg et l'Inde ont été décisives: j'y ai compris qu'un récit structuré peut activer un réseau, attirer l'attention et ouvrir des opportunités très concrètes. J'ai alors imaginé PC3 comme un studio expert combinant storytelling et digitalisation.

Quel est aujourd'hui le cœur de métier de PC3 ?

Notre mission est d'aider les clients à amplifier une voix authentique. PC3 crée des récits qui se transforment en leads, influences ou opportunités commerciales. Nous produisons des contenus vidéo et photo, des stratégies social media, des supports web, SEO/SEA, événementiels et print. L'objectif est de faire vivre l'histoire d'une marque à travers ses plateformes, ses communautés et ses activations cross-media. Le storytelling, pour nous, n'est pas un slogan marketing. C'est une méthode, une architecture narrative qui donne cohérence et profondeur à la communication d'une organisation, surtout dans un monde saturé de messages.

Comment l'entreprise a-t-elle évolué ?

PC3 s'appelait d'abord LUXIND, avec l'objectif de connecter le Luxembourg et l'Inde. En 2019, nous avons effectué un rebranding pour devenir PC3 Creative et incarner une approche digital-first. Mon passage dans de grands groupes publicitaires internationaux m'a confirmé que l'agilité est essentielle: mieux vaut une équipe compacte, réactive et créative qu'une structure trop lourde. L'arrivée de Xavier Capitaine en 2021, aujourd'hui Directeur des Opérations et associé, a marqué une accélération. PC3 est désormais un studio de contenus agile, enrichi par l'IA mais toujours centré sur le storytelling humain, qui reste notre ADN.

Comment vous positionnez-vous sur le marché ?

Nous nous définissons comme un partenaire créatif complet: digitalisation, production de contenu, communication, événements. Nous sommes « Made in Luxembourg » dans nos basiques, mais résolument internationaux dans notre approche. Nous jouons un rôle de passerelle entre l'économie locale et la

communauté internationale. Notre équipe multilingue et multiculturelle est connectée aux institutions et à l'écosystème médiatique luxembourgeois. Notre force, c'est la capacité à adapter un récit à des audiences différentes: acteurs locaux, institutions, marques internationales ou projets transfrontaliers.

Quelles réalisations illustrent votre approche ?

Nous avons accompagné le projet *Unicity* (Thomas & Piron + IKO Real Estate) sur un storytelling de régénération urbaine destiné à toucher des publics locaux et internationaux.

Nous avons aussi travaillé avec Maserati West Europe sur des campagnes créatives générant des leads qualifiés et un engagement communautaire solide.

Nous développons également des initiatives transatlantiques entre le Luxembourg et le Southwest USA (espace, défense et sécurité).

Et enfin, nous sommes partenaire digital des « SME Packages - Digital » (Luxinnovation).

Quels sont vos objectifs pour les années à venir ?

Nous voulons renforcer les liens Luxembourg - Etats-Unis avec mon rôle de représentant du Belwest Chamber à Los Angeles. Nous souhaitons aussi développer des formats plus ambitieux: séries digitales, podcasts, formats immersifs. Avec nos outils digitaux, nous voulons connecter plus efficacement PME, institutions et culture avec la communauté expatriée.

Pourquoi êtes-vous membre du B17 ?

Le B17 est définitivement le club à Luxembourg qui nous offre toutes ces possibilités de connexions professionnelles et de nouvelles rencontres humaines uniques.

PC3

33 Bld Prince Henri
L-1724 Luxembourg
PC3creative.com

LES MUSICIENS CHEZ VOUS

Rencontre avec
Stéphanie Grevedon-Germani
Fondatrice de
My Concert at Home



© Romain Lambay Photography

Chère Stéphanie, pouvez-vous nous présenter votre parcours ?

Je suis originaire de Saint-Germain-en-Laye, en région parisienne. Dans ma famille, la culture est très valorisée. Je voulais faire de la harpe mais ma mère a préféré un instrument plus facile à transporter : le violon ! Lors d'une classe de maître au Conservatoire de Nancy, un grand professeur m'a encouragée à passer le concours du Conservatoire National Supérieur de Musique. Je suis entrée au CNSM de Lyon à 18 ans, première nommée à l'unanimité, et à 23 ans j'ai décroché le poste de violon solo à l'Opéra de Tours.

Comment êtes-vous arrivée au Luxembourg ?

La vie m'a conduite de nouveau en Lorraine et j'ai voulu faire autre chose : je suis devenue professeure des écoles.

J'ai rencontré mon mari, musicien au Luxembourg Philharmonique, lors d'une représentation d'Otello au Grand Théâtre. Je préparais à ce moment-là un master en Sciences du langage et Didactique des langues, qui m'a permis par la suite d'enseigner le Français langue étrangère dans trois pays frontaliers.

En parallèle, j'ai toujours gardé un pied dans la musique : enseignement du violon, concerts, enregistrements, et même des spectacles de variété avec de grands noms de la chanson française, tels que Patrick Bruel et Patrick Fiori.

Et comment est né le concept « My Concert at Home » ?

Je jouais en orchestre à la Philharmonie pour un événement privé, et j'ai eu l'idée d'inverser le processus : amener les musiciens au domicile des entreprises et des particuliers.

Un soir, j'ai approché une personne influente, passionnée de musique classique. Elle m'a proposé d'organiser un concert chez elle. Un quatuor à cordes s'est produit au cours de l'apéritif et ce moment a été très apprécié, car totalement unique et chaleureux. L'aventure a alors démarré : j'ai créé une société et trouvé mes premiers clients grâce à l'impact de cet événement.

Vous êtes devenue agent artistique ?

Les artistes gardent une liberté totale, je suis plutôt devenue « organisatrice de concerts privés », mais certains musiciens me présentent comme leur agent et cela me fait très plaisir !

Je propose des groupes selon les besoins, ainsi que des conseils stylistiques et logistiques, la gestion administrative, une supervision technique... Mon statut de musicienne professionnelle me permet d'avoir naturellement la confiance des clients et un lien privilégié avec les artistes. Mon rôle est de rendre possible des rencontres inaccessibles.

Comment développez-vous votre business ?

Au début, j'ai réalisé quelques prestations découverte dédiées à un public ciblé, et pitché dans des business clubs. Je ne fais pas de démarchage à grande échelle, je propose mes services aux passionnés que je rencontre lors de concerts ou autres événements, et je bénéficie du bouche-à-oreille, prestation après prestation.

Quels projets marquants avez-vous réalisés ?

J'ai récemment contribué à la création des soirées Sip & Sound à l'hôtel Le Place d'Armes, avec des programmes allant du classique au pop rock, en passant par le jazz et la musique latine, et j'ai encore le souvenir marquant des Dribble d'Or 2025 à la Rockhal, où l'un de mes groupes avait composé et joué des arrangements et jingles sur-mesure pour la cérémonie sur scène, puis ambiancé la fin de soirée dans le hall au milieu des invités.

J'ai aussi eu le plaisir d'organiser une soirée avec un formidable trio jazz au Tero House17 pour l'anniversaire d'un membre du B17. Grand amateur de musique et pianiste averti, il était très impliqué dans la programmation et la prestation des musiciens ; il a même joué avec eux ! La barre était haute, nous avons travaillé ensemble tous les détails, et la soirée fut mémorable. Du concert à domicile en cercle ultra-restreint jusqu'à des animations de plus grande envergure dans des lieux insolites (appartements, locaux d'entreprises, golfs, concessions automobiles, villas classées...), chaque événement me laisse un excellent souvenir,

quelle que soit sa dimension. Et je dois avouer qu'une fois, un client m'a transmis son émotion : nous avons pleuré tous les deux ! Ma plus grande fierté est de créer ces moments uniques en rapprochant les musiciens de leur public.

Est-ce que vous jouez toujours ?

Oui, je joue régulièrement au sein des orchestres du Luxembourg et de la Grande Région. C'est ce que j'aime par-dessus tout car la puissance collective me transporte.

J'effectue quelques prestations privées en duo et je vais me pencher sur de nouveaux programmes, mais j'adore aussi être là en arrière-plan, pour veiller à ce que tout le monde se sente bien.

Votre prochaine prestation ?

En tant que violoniste, le concert du Nouvel An au sein de l'Orchestre de Chambre du Luxembourg et en tant qu'agent, plusieurs projets sont en cours comme, par exemple, davantage de musique live au B17, un nouveau défi avec un grand hôtel, un partenariat avec le Club Monte-Carlo, ainsi que le développement des contacts avec les passionnés.



Tél. : +352 621 142 271
contact@myconcertathome.lu
myconcertathome.lu



© Romain Lambay Photography

THE PAST THE PRESENT THE FUTURE

*La force de Léo Caillard réside
dans ce lien entre sacré et quotidien.
Il fait dialoguer les siècles et ravive
l'art classique sans le figer*



Léo Caillard

« Je suis un passionné du temps dans son expression physique. »

Le marbre a toujours quelque chose de solennel.

Il impose le silence, la lenteur, la distance. Et pourtant, face aux sculptures de Léo Caillard, c'est l'inverse : la pierre devient familière, presque vivante. En jean, t-shirt ou baskets, l'Antiquité n'est plus une relique mais un miroir.

Au Tero House17, les membres du B17 ont pu en faire l'expérience, un soir de septembre.

Sous les lumières douces de la maison, entre les conversations et le tintement des verres, les sculptures se tenaient là, impassibles et étrangement présentes. Pendant un mois, elles ont veillé sur la vie du club et ses bons moments échangés.

Dans cet hôtel particulier, où l'histoire et la modernité se répondent déjà, la rencontre semblait naturelle : le lieu prolongeait l'œuvre, et l'œuvre donnait souffle au lieu. Ce soir-là, en observant la Vénus drapée ou l'Apollon coiffé d'une casquette, on aurait presque cru qu'ils allaient parler. Qu'ils allaient nous dire ce qu'ils pensent de cette époque où l'antique et le moderne se frôlent sans jamais se confondre.

La force de Léo Caillard réside dans ce lien entre sacré et quotidien.

Il fait dialoguer les siècles et ravive l'art classique sans le figer. Derrière la légèreté de ses décalages se cache une question essentielle : que gardons-nous vraiment du temps qui passe ?

Né à Paris en 1985, Léo Caillard appartient à cette génération d'artistes qui a grandi entre deux mondes : celui du musée et celui de l'écran.

Passionné par les sciences, l'archéologie et l'anthropologie, il s'interroge sur la trace laissée par l'humanité dans le temps. « J'observe l'histoire pour réimaginer notre société actuelle », confie-t-il.

Diplômé de l'école des Gobelins en photographie numérique en 2006, puis des Beaux-Arts en 2008, il commence sa carrière dans l'image avant de se former à la taille du marbre, mêlant regard technologique et précision artisanale.

En 2013, il crée *Hipsters in Stone*, une série photographique devenue virale, où il rhabille numériquement des sculptures néoclassiques du Louvre d'un style inspiré des rues de New York.

Ce contraste entre mythes anciens et culture contemporaine marque le point de départ d'une œuvre fondée sur le dialogue des époques.



Recevoir un artiste comme Léo Caillard au B17, c'est affirmer une conviction : que l'art n'est pas un luxe, mais une respiration nécessaire.



Depuis, Léo Caillard poursuit cette recherche d'équilibre entre virtuel et matière. Il crée des sculptures où une onde numérique semble traverser les figures classiques. Des « sculptures glitchées » qui questionnent notre rapport à la technologie et à la mémoire. Travaillant aussi bien avec la blockchain qu'avec le marbre, il inscrit son œuvre entre l'éphémère et le durable. En accueillant les sculptures de Léo Caillard, le club B17 a ouvert un dialogue vivant sur la manière dont l'art s'intègre dans nos espaces de travail et de partage.

Les membres du B17 ont souvent évoqué un sentiment de calme face à ces œuvres.

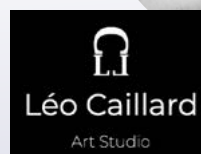
Comme si le marbre, dans son immobilité, rappelait à chacun l'importance de la pause et du regard. Dans un monde de flux et de notifications, l'art de Léo Caillard offre un contretemps : il ne cherche pas à séduire, mais à ralentir.

Et si ces sculptures habillées à la mode d'aujourd'hui frappent d'abord par leur humour, elles finissent toujours par désarmer. Pendant deux mois, ces présences paisibles ont instauré une atmosphère singulière. Entre deux échanges, on croisait un torse antique coiffé d'une casquette ; on s'attardait sur le pli d'un tissu sculpté avec une précision troublante. Ces œuvres semblaient, silencieusement, écouter le monde.

Recevoir un artiste comme Léo Caillard au B17, c'est affirmer une conviction : que l'art n'est pas un luxe, mais une respiration nécessaire. Qu'il nous relie, qu'il nous questionne, qu'il nous apaise. Dans cet espace où se rencontrent les idées, les entreprises et les sensibilités, son œuvre a trouvé un écho naturel.

Et si l'on devait résumer cette exposition en une seule image, ce serait celle d'un dieu antique à l'allure moderne, debout dans un salon, observant les convives. Comme un témoin bienveillant d'un monde qui, tout en changeant, cherche encore à comprendre d'où il vient.

Parce qu'au fond, c'est ce que fait Léo Caillard : il nous rappelle que le présent n'est pas une rupture, mais une continuité. Et que sous le tissu des modes, il y a toujours la même peau, le même souffle, le même désir d'éternité.



contact@leocaillard.com
leocaillard.com

→ TEXTE : JEAN ALFONSI

→ PHOTOS : LEO CAILLARD & B17



LA SÉLECTION POUR LES Fêtes



CLOS DES ROCHERS

Crémant de Luxembourg
19,60 € TTC



Thomas CLERY,
Conseiller en vins,
vous dévoile ici
sa sélection
pour vos menus
de fête.

— Cépages

Pinot Blanc, Riesling

— Notes de dégustation

Cette cuvée est le reflet le plus fidèle de la philosophie du domaine. Issu d'un assemblage de plusieurs cépages nobles, ce brut est élaboré à partir de vins de l'année complétés par des vins de réserve soigneusement conservés en foudre en béton pour assurer d'année en année une régularité stylistique. Après plus de trois ans sur lattes, ce Clos des Rochers développe une belle maturité tout en conservant une fraîcheur ciselée. Au nez, des notes d'agrumes, de fleurs blanches et de brioche fine. Des bulles fines et persistantes. En bouche, un crémant structuré et sec avec une belle allonge et beaucoup d'énergie.

— Accords

Apéritif, volaille, fruits de mer.

— Service 10 °C.

Caves Bernard-Massard

• 22 route du vin
L-6794 Grevenmacher
bernard-massard.lu

TEMPO D'ANGÉLUS

2023
23,34 € TTC



— Cépage Merlot,
Cabernet Franc

— Notes de dégustation

Ce vin d'appellation Bordeaux, est élaboré à partir de vignes situées à quelques kilomètres de Saint Emilion sur de magnifiques coteaux argilo-calcaires. Le Tempo d'Angélus propose une interprétation simplifiée de ses aïeux, Château Angélus, Carillon d'Angélus et N°3 d'Angélus. La bouche verticale est rehaussée par une belle acidité lui conférant une grande fraîcheur et un fruit pur (petites baies, cerises). La finale est persistante avec de subtiles notes torrifiées et boisées.

— Accords
viandes grillées, gibiers, fromages affinés.

— Service 18 °C.

MAXIME CHEURLIN-NOËLLAT

Bourgogne Hautes
Côtes de Nuits 2023
27,93 € TTC



— Cépage Pinot Noir
— Notes de dégustation

Il s'agit d'un pinot noir en appellation Bourgogne Hautes-Côtes de Nuits du domaine dirigé depuis 2010 par Maxime Cheurlin, arrière-petit-fils de Georges Noëllat et petit-fils de Mary Thérèse Noëllat, épouse de Jacques Cheurlin (vigneron champenois). Un vin issu d'une viticulture raisonnée où chaque étape vise à révéler le terroir : travail des sols minimal, vendanges manuelles, macération à froid pour l'extraction délicate des arômes, recourt aux levures indigènes et élevage en fût de chêne. La cuvée est racée, avec des tanins délicats et une belle finesse aromatique.

— Accords
Petits gibiers, plats en sauces, viandes rouges.

— Service 18 °C.

POL ROGER CHAMPAGNE BRUT RÉSERVE

49,49 € TTC



— Cépage Pinot Noir,
Pinot Meunier, Chardonnay

— Notes de dégustation
Cette cuvée, fidèle au savoir-faire Pol Roger est élaborée à partir de pinot noir, pinot meunier et chardonnay, 3 cépages issus de 30 crus différents de la maison. Le pinot noir confère charpente, corps et puissance alors que le pinot meunier contribue à la fraîcheur, rondeur et au fruité. Et c'est au Chardonnay que l'on doit la complexité aromatique, la finesse, l'élégance et la légèreté de la cuvée. Après quatre années de vieillissement sur lies, ce champagne toute en finesse présente une belle effervescence.

— Accords
Apéritif, fruits de mer, caviar, charcuterie fine.

— Service 10 °C.

CHÂTEAUNEUF DU PAPE

2022
Domaine Charvin
52,65 € TTC



— Cépage Grenache,
Syrah, Mourvèdre,
Vaccarèse et Cournoise

— Notes de dégustation

Si le domaine, crée en 1851 par Guillaume Charavin, a perdu dès son enregistrement administratif un a dans son nom, il s'est hissé, au fil des 6 générations qui se sont succédées à sa tête, au firmament de l'appellation Châteauneuf-du-Pape. Cette cuvée Bio est issue d'une élaboration soignée, sans égrappage, avec vinification douce, élevage en cuve à béton pendant 21 mois précédant la mise en bouteille sans filtrage. Au palais on retrouve des arômes intenses de fruits rouges et noirs, de griottes, de mûres, d'épices douces et de réglisse.

— Accords
Viandes rouges, plats de chasse, plats mijotés.

— Service 18 °C.

CLOS DES ROCHERS

—
|
AU CLOS
DES ROCHERS,
LE CRÉMANT
N'EST PAS UN À-CÔTÉ,

C'est un savoir-faire,
une spécialité,
presque une obsession.

Issus de cépages nobles,
vinifiés avec la même
exigence que ses
plus grandes cuvées
tranquilles,
les Crémants
Clos des Rochers
sont pensés pour exprimer
à la fois la fraîcheur,
la précision
et la complexité.



Antoine et Hubert Clasen

*Le domaine familial bénéficie
d'un atout rare : les synergies naturelles
avec Bernard-Massard, l'autre maison familiale
luxembourgeoise gérée par la famille Clasen
spécialisée dans l'élaboration
de vins effervescents.*

Cette proximité permet à Hubert et Antoine Clasen de conjuguer expérience, innovation et surtout liberté créative.

Leur ambition ?

La création de Crémants racés, gastronomiques, et profondément élégants.

Cela implique des choix techniques assumés :

- Avancer les dates de vendanges pour préserver la fraîcheur naturelle, à l'image et en s'inspirant des voisins champenois.
- Réintroduire l'élevage en foudre et en barrique, non pas pour ajouter du goût de bois, mais pour gagner en profondeur et en stabilité.
- Réduire les doses de soufre et en limiter le dosage pour préserver l'expression la plus pure du vin
- Et inscrire sur les bouteilles les date de dégorgement, gage de transparence et de maturité maîtrisée.

Les Crémants Clos des Rochers ne sont pas des vins de mode.

Ce sont des vins de précision, de plaisir et de partage. Des vins à boire à table, entre amis, en famille — mais surtout à déguster avec plaisir. À la maison, Antoine indique ouvrir souvent après un an de repos post-dégorgement.

*Parce qu'un grand Crémant,
comme un grand vin, a besoin de temps
pour livrer tout ce qu'il a à dire.*

LE B17 SOUTIENT STAND SPEAK RISE UP!

Redonner voix et dignité aux
*Survivantes de violences sexuelles
en temps de guerre*



« Si nous ne pouvons pas
arrêter la guerre, empêchons au moins
le viol comme arme de guerre »

*S.A.R. Maria Teresa de Luxembourg,
Présidente-fondatrice
de Stand Speak Rise Up!*



La violence sexuelle, déjà largement répandue dans les sociétés, se multiplie lors des conflits armés, et se transforme en véritable arme de guerre. Les corps des femmes deviennent alors un champ de bataille, lieu de toutes les exactions. Depuis le siècle dernier, tous les continents ont été touchés par des conflits armés où le viol comme arme de guerre est devenu une bombe à retardement dont les conséquences sont terribles pour des générations entières. Ces actes, loin d'être accidentels, servent des objectifs dits « stratégiques » : instaurer la peur, fragmenter des sociétés, imposer une domination politique ou territoriale, parfois pour faciliter l'exploitation des ressources naturelles. En s'attaquant au cœur même du tissu social, ils retardent, voire empêchent, toute perspective de paix.

C'est face à cette terrible réalité que l'association Stand Speak Rise Up! a été créée en 2019, par S.A.R. la Grande-Duchesse Maria Teresa de Luxembourg, aux côtés de Chékéba Hachemi, de Stéphane Bern, des prix Nobel de la paix Dr Mukwege et Pr Yunus, de Pramila Patten, représentante de l'ONU sur la thématique, de médecins et d'experts, aujourd'hui membres du conseil d'administration. Stand Speak Rise Up! vise à dénoncer le viol comme arme de guerre, empêcher sa prolifération et soutenir les victimes dans leur travail de reconstruction.

L'action de Stand Speak Rise Up! se déploie sur deux fronts complémentaires. D'une part, à travers le plaidoyer international, mené par son Conseil d'administration, l'association travaille à briser le silence qui entoure ces crimes et à faire entendre la voix des Survivantes dans les espaces décisionnels (Banque Européenne d'investissement, Assemblée nationale française, Conseil de l'Europe, Barreau de Paris...). D'autre part, elle agit concrètement sur le terrain, en finançant et en accompagnant des projets holistiques à travers le monde. Depuis 2019, l'association a agi dans 14 pays : Afghanistan, Bosnie, Cuba, Ethiopie, Guinée, Irak, Luxembourg, Mali, Ouganda, République démocratique du Congo, Somalie, Soudan du Sud, Ukraine et Zimbabwe.

Parmi ses initiatives, Stand Speak Rise Up! accompagne également les femmes réfugiées au Luxembourg victimes de violences sexuelles sur le chemin de l'exil. L'association leur propose un soutien global, incluant un accompagnement psychosocial, un accès aux soins, des formations et un appui pour leur intégration sociale et économique. Ce projet permet aux Survivantes de reconstruire leur vie loin des violences subies et de retrouver dignité et autonomie dans un contexte sécurisé.

Ces projets visent à la reconstruction des vies déchirées : accès à l'éducation, au logement, aux soins de santé, à l'indépendance économique et à la justice. L'association soutient également l'intégration socioéconomique des Survivantes, ainsi que la prise en charge et l'avenir des enfants nés du viol. En créant des espaces de résilience et d'autonomie, Stand Speak Rise Up! transforme la douleur en force, l'exclusion en participation active, et le silence en voix puissantes.

En novembre, l'association Stand Speak Rise Up! a organisé, en collaboration avec le Conseil National de la Justice, une session de formation à destination des magistrat-e-s et des professionnel-le-s du droit au Luxembourg, afin d'approfondir la compréhension des mécanismes de justice, de réparation et de reconnaissance pour les femmes victimes de violences sexuelles en temps de conflit et sur le chemin de l'exil. Une première session avait eu lieu en 2024 à l'Institut de Formation Judiciaire à Bruxelles.

Cette session luxembourgeoise, qui a connu un vif succès, visait à renforcer les connaissances et les pratiques autour de la prise en charge juridique des Survivantes, en favorisant une approche à la fois humaine, éthique et fondée sur les droits.

À travers ses actions, Stand Speak Rise Up! rappelle que lutter contre les violences sexuelles en temps de guerre, c'est aussi agir pour une paix durable, où les Survivantes et les enfants nés du viol deviennent des acteurs du changement.

Le B17 est heureux de soutenir humainement et financièrement cette très belle action.



Pour soutenir les projets de Stand Speak Rise Up!
donate.standspeakriseup.com

YANNICK PINOT

DIRECTEUR DU TERO BISTROT



À LA TABLE DU TERO BISTRO17

*À peine la porte franchie,
une présence calme
et souriante vous accueille.*

C'est Yannick Pinot, le directeur du tero Bistro17.
Costume sobre, regard bienveillant,
l'assurance discrète de ceux qui ont l'habitude
de bien recevoir.

Il a longtemps travaillé sur la Côte d'Azur, où il a appris ce mélange rare de rigueur et de chaleur, ce sens du service qui met à l'aise sans jamais en faire trop.

Aujourd'hui, il a apporté ce savoir-faire à Luxembourg, au cœur du tero House17, cette maison aux allures de refuge urbain où l'authenticité règne en maître.

Le tero Bistro17, c'est un peu l'âme du lieu.

Un espace où se mêlent les conversations, les rires et l'odeur d'un beurre qui fond dans la poêle. On y retrouve cette atmosphère que l'on croyait perdue, celle des maisons où l'on vient autant pour manger que pour être là. Yannick n'est pas seul à entretenir cette énergie. Autour de lui, une équipe aguerrie, formée dans de belles maisons, fait vivre l'esprit du lieu avec justesse.

Derrière le bar, Maxime Lopez, mixologue originaire lui aussi de la Côte d'Azur, transforme chaque cocktail en discussion. Il a ce don de lire les envies sans qu'on ait à les formuler. Des compositions équilibrées, toujours avec ce petit quelque chose d'imprévu.

En salle, les gestes sont précis, les regards attentifs. On sent la coordination d'une équipe qui se comprend à demi-mot. Les assiettes glissent, les verres se remplissent, les échanges se font dans le murmure. Tout semble fluide, mais rien n'est laissé au hasard.

Il y a la cuisine.

Au cœur du tero Bistro17, le chef Romain Bernhardt et sa brigade s'activent. Ancien du restaurant L'Avenue à Luxembourg, il incarne cette génération de cuisiniers qui parlent de terroir sans folklore, de saison sans

dogme. À ses côtés, Julia Bramery signe les desserts avec la précision d'une orfèvre, entre technique maîtrisée et intuition juste. Kristi, « Papa Kris », veille sur les salaisons, la viande et le poisson. Derrière son large sourire et son humour, il travaille chaque pièce avec une exigence artisanale. La texture d'une côte mûrie, le sel d'un lard maison, la fraîcheur d'un filet à peine levé : rien ne lui échappe. Ce collectif ne se limite pas au restaurant.

C'est aussi lui qui transforme le tero House17 le soir venu, quand le lieu se privatise pour des dîners, des cocktails ou des événements. Les mêmes mains, les mêmes sourires, mais une autre lumière, un autre tempo. Il y a une vraie fierté à voir un restaurant devenir théâtre, une salle se transformer en lieu de fête, sans jamais perdre son élégance.

Farm to Fork, ou l'art de relier

Au Bistro17, la cuisine ne se raconte pas en superlatifs, mais en cohérence.

*Le concept Farm to Fork,
de la ferme à la fourchette, n'est pas
un effet d'annonce,
c'est une philosophie vécue.*



Le groupe Tero, dont fait partie le restaurant, possède ses propres fermes en Belgique, à Rabinisse et Magerotte, où sont élevés les animaux et cultivés les légumes qui nourrissent la carte. Ici, on connaît les producteurs par leur prénom.

On sait quel éleveur fournit le bœuf et sur quelles terres poussent les carottes.

Cette traçabilité, loin d'être austère, donne au repas une autre dimension : celle de la conscience du goût.

On ne mange pas seulement un produit, on savoure une histoire, un cycle, une cohérence. Et cela se ressent dans chaque assiette. Le saumon gravlax, mariné au gin et aux agrumes, s'accompagne d'un lait battu et d'une huile de livèche. Le filet de sandre s'épanouit dans une sauce champagne aux œufs de saumon. Et le mijoté de bœuf au vin rouge résume à lui seul la cuisine de Romain Bernhardt : sincère, généreuse, parfaitement maîtrisée. La carte évolue au fil des saisons, suivant le



rythme du produit et l'inspiration du moment. Et pour conclure, les desserts signés Julia Bramery prolongent ce dialogue tout en douceur : streusel exotique, forêt noire déstructurée, profiteroles maison. Des créations qui varient selon les envies, mais gardent toujours la même exigence : celle du plaisir simple et juste.

Un lieu pour les membres, un esprit de maison

Ce que beaucoup ignorent encore, c'est que le tero Bistro17 n'est pas seulement un restaurant. C'est aussi un espace privilégié pour les membres du B17 Business Club.

Derrière les portes du tero House17, plusieurs salons privés se nichent à l'étage, élégants et modulables. Ils peuvent être réservés pour un déjeuner d'affaires, une réunion, une soirée entre membres ou un séminaire. Et parce que chaque événement mérite un accompagnement à la hauteur, l'équipe commerciale du groupe tero Luxembourg, composée de Tanguy

Deschamps, Emeline Vergin et Corinne Mattern, est à votre écoute. Tous trois connaissent la maison dans ses moindres détails et orchestrent avec soin la privatisation des espaces, l'organisation d'événements professionnels ou la coordination de séminaires sur mesure. Leur mission est de faire en sorte que chaque projet reflète l'esprit du lieu, chaleureux, élégant, fluide. C'est cette continuité entre la table et l'événementiel qui fait du tero House17 un lieu unique.

Une maison où la gastronomie, la convivialité et le réseau professionnel s'entrelacent naturellement. On vient y déjeuner, on y revient pour un événement, et souvent, on y reste pour discuter un peu plus longtemps.

Le sens du vrai, à tous les étages

Le tero House17, c'est bien plus qu'une adresse. C'est une maison vivante, animée par une équipe passionnée, unie par une même idée : faire les choses avec justesse, du produit au service. Pour les membres du B17 Business Club, c'est aussi un lieu d'opportunités et d'échanges, une extension naturelle de l'esprit du réseau. Parce qu'ici, tout se tient : la cuisine, le service, l'accueil, l'événementiel.

*Et qu'au fond, c'est peut-être ça,
le luxe aujourd'hui : être bien, ensemble,
dans un lieu où tout somme juste.*



17 rue du Nord
L-2229 Luxembourg
tero.lu

→ TEXTE : JEAN ALFONSI

→ PHOTOS : TERO

ET SI LE VRAI TEAM BUILDING, *c'était juste être ensemble ?*

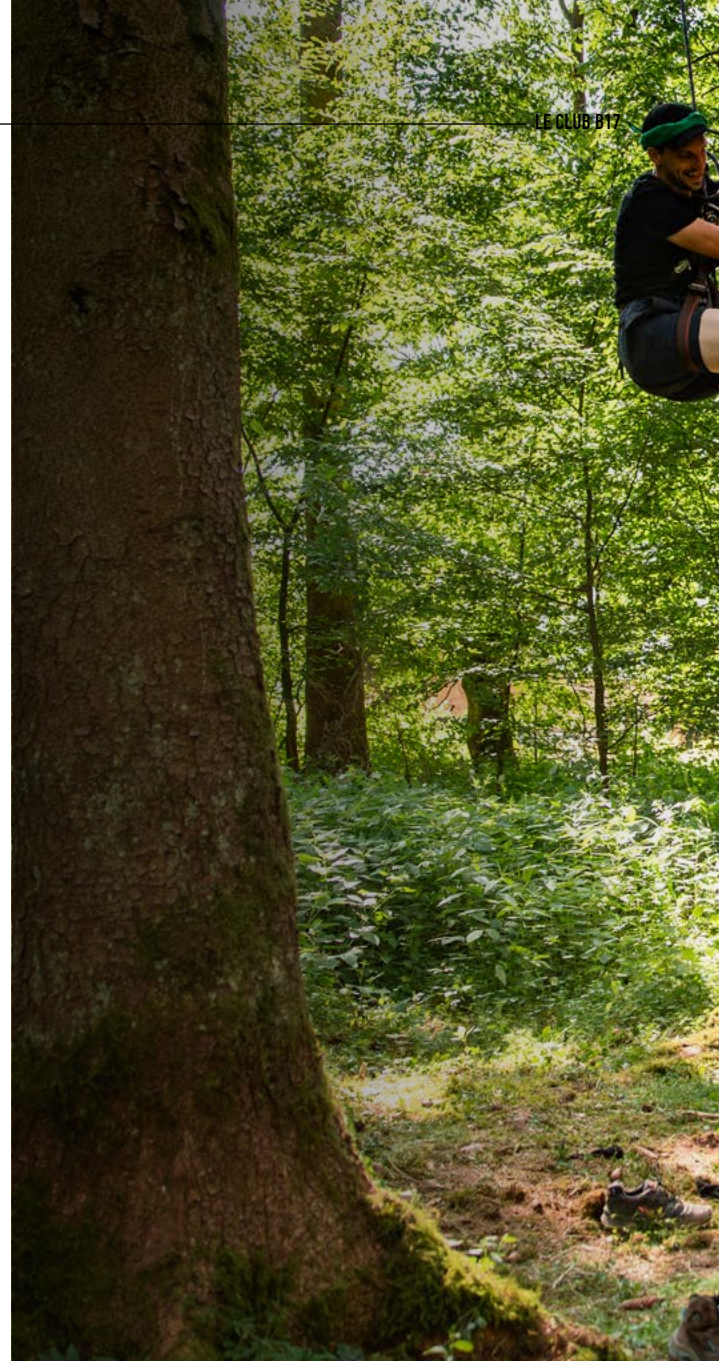
Télétravail, turnover, fatigue collective : l'entreprise se cherche un second souffle. Et si la solution passait par des choses simples ? Une marche, un repas, un défi collectif. Derrière la tendance du team building, des initiatives comme celles du groupe Tero rappellent que la cohésion d'équipe ne se décrète pas : elle se vit.

L'art (perdu) de faire équipe

Il y a un moment où les entreprises ont commencé à se poser sérieusement la question du lien. Pas du lien internet, celui-là fonctionne plutôt bien, mais du lien humain. Celui qu'on ne mesure pas dans un tableau Excel : la confiance, la complicité, l'envie d'être ensemble.

C'est venu petit à petit, entre deux réunions Zoom et trois vagues de burn-out. Et aujourd'hui, tout le monde le sait : les équipes ont besoin de se retrouver autrement.

Alors on ressort le mot team building. On l'avait un peu laissé de côté, jugé ringard, associé à des jeux d'équipes malaisants et à des managers trop enthousiastes. Mais le contexte a changé : après des années



de distance, on cherche simplement à refaire société au travail. Parce qu'au fond, on a beau multiplier les chartes, les séminaires et les discours sur la « culture d'entreprise », le collectif ne se décrète pas. Il se construit dans le réel, dans la confiance, la coopération et les moments vrais.

Les nouvelles tribus du travail

Partout, les entreprises se réorganisent, hybridation oblige. Certains travaillent à la maison, d'autres au bureau, d'autres encore un peu des deux. Résultat : plus de flexibilité, mais moins de repères. Le sentiment d'appartenance se délite, le « nous » devient flou. Les gens s'entendent bien, mais ne se



connaissent plus. C'est ici que les nouvelles formes de team building entrent en jeu. Fini les activités gadget et les powerpoints sur la « synergie ». Place à l'expérience vécue, simple, tangible. Cuisiner ensemble, relever un défi collectif en nature, bricoler un radeau, apprendre à faire du pain, ou marcher deux heures dans les bois sans parler boulot: ce sont ces petits gestes-là qui recréent une dynamique.

*On ne cherche plus la performance,
mais la cohésion sincère. Pas celle des slides,
mais celle du quotidien.*

L'école du réel

Certains acteurs ont pris le virage avant les autres. Le groupe Tero, par exemple, a compris depuis longtemps que l'humain se répare mieux en marchant qu'en brainstormant. Leur approche n'a rien de spectaculaire, et c'est précisément ce qui fonctionne: ramener les équipes à la simplicité.

Des activités en extérieur, de la cuisine partagée, des défis à plusieurs. Des contextes où tout le monde est remis sur un pied d'égalité.

« Dans la nature, les titres disparaissent », confie un responsable RH qui a testé l'expérience. « Un PDG

et un stagiaire qui rament dans le même canoë, ça remet les choses à leur place. »

Et souvent, ça change durablement la dynamique du groupe. Chez Tero, on part d'un principe simple: le collectif, ça se cultive. Leurs lodges, fermes, espaces de loisirs ou complexes sportifs ne sont pas faits pour « réunir autrement », mais pour vivre ensemble autrement. Ici, pas de salle de réunion déguisée en expérience, juste des lieux vrais, pensés pour remettre les gens au centre.

Du management à l'attention

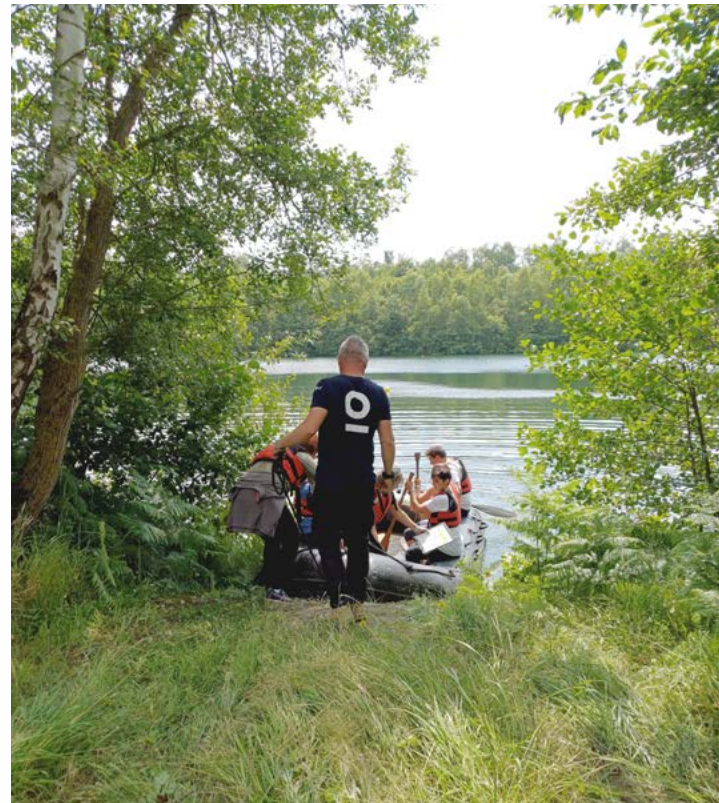
Ce que révèlent ces nouvelles pratiques, c'est un changement de regard sur le management. Pendant des années, on a cru qu'il suffisait de former des "leaders inspirants" pour créer du collectif. Aujourd'hui, on comprend que le vrai leadership, c'est l'attention: écouter, observer, créer les conditions du lien.

Et ces conditions ne se fabriquent pas dans les bilans trimestriels. Elles naissent dans la vie. Autour d'un repas, d'une marche, d'un feu, d'un rire. Les team buildings ne sont plus des pauses, mais des moments où les équipes apprennent à respirer ensemble.

La simplicité comme solution

Ce n'est pas une révolution, c'est un retour à la réalité. Les salariés, aujourd'hui, ne demandent pas des slogans, ils demandent du sens. Et parfois, le sens passe par des choses toutes bêtes: cuisiner ensemble, échouer ensemble, recommencer ensemble.

C'est ce que défend la démarche de Tero: pas de promesse marketing, pas de storytelling. Juste une conviction: le collectif est vivant, à condition de le nourrir.



Leur philosophie "farm to fork", déjà appliquée à la restauration, trouve ici une extension naturelle. On plante des idées, on sème de la confiance, et si tout se passe bien, on récolte un peu de fierté commune.

Réapprendre à faire équipe, vraiment

Ce qui se joue dans ces moments dépasse largement la détente. C'est une manière de dire que le travail n'est pas qu'un contrat, mais une aventure humaine. Et qu'on peut encore y trouver de la joie, à condition de sortir du cadre. Et si l'entreprise de demain se reconstruisait, simplement, autour d'un feu de camp ?

terō

TEAM BUILDING

tanguy.d@tero.lu
www.tero.lu

→ TEXTE : JEAN ALFONSI

→ PHOTOS : TERO



DOMAINE
CLOS DES ROCHERS



GRANDS VINS DU LUXEMBOURG
CLOS-DES-ROCHERS.COM

HO

|
*Une autre vision du voyage.
Une autre manière d'explorer.
La vôtre.*
|

LI

DAYS

SELECT TRAVEL – PRIVATE HOLIDAYS

Des voyages exceptionnels

*conçus exclusivement
pour vous !*

Dans un monde où tout se réserve en quelques clics, **Select Travel – Private Holidays** emprunte une autre voie. Discrète, intimiste et profondément personnalisée, elle s'adresse à ceux qui recherchent plus qu'un simple voyage : une expérience façonnée avec soin, fondée sur la confiance et l'expertise. Ici, chaque détail est pensé pour refléter l'essence du voyageur.

Ceux qui savent, savent

On n'entre pas ici dans une agence de voyages ordinaire. On découvre un lieu apaisant, pensé pour celles et ceux qui apprécient le temps, la confidentialité et le raffinement.

Un cercle privé où chaque voyage est soigneusement élaboré en fonction de votre personnalité et de votre façon de voyager.

Dès le premier échange, un conseiller attiré vous accompagne : il écoute, guide et veille à chaque étape – avant, pendant et après votre séjour.

Il ne se contente pas d'organiser : il crée. Les rendez-vous peuvent se tenir à votre domicile, dans notre bureau privé ou à l'endroit qui vous convient le mieux. Tout commence par la confiance. Le reste découle naturellement.

Un service pensé pour quelques-uns, pas pour tous

Select Travel – Private Holidays maîtrise l'art du service personnalisé. Nous collaborons avec un nombre limité de clients, pour une raison simple : offrir un accompagnement réellement sur mesure, constant et sans compromis.

Nous ne croyons pas en la quantité, mais en la qualité – celle qui naît de la connaissance fine de vos préférences, de l'anticipation de vos besoins et de notre présence au bon moment.

Cette approche nous permet d'offrir bien plus qu'une organisation parfaite : une sérénité, une attention, et le confort d'être compris.

Le luxe, c'est l'accès

Notre force réside aussi dans ce qui ne se trouve pas toujours en ligne. Certaines adresses n'apparaissent sur aucune plateforme. Certaines expériences ne sont accessibles qu'à ceux qui savent où chercher... ou à ceux que nous accompagnons. Un dîner privé dans un palais fermé au public. Une villa introuvable sur Internet. Un guide local réservé à quelques initiés. Ce ne sont pas des suppléments ni des privilèges payants, mais des expériences rendues possibles grâce au temps, à la confiance et aux relations tissées au fil des années.

Laissez parler vos envies de voyage

Nos clients viennent à nous autant pour rêver que pour concrétiser leurs envies d'évasion.

*Quand vous souhaitez sortir
des sentiers battus, nous ouvrons
la porte à l'inattendu.*

Commencez l'année par une escapade bien-être hivernale dans les Dolomites, dans un refuge alpin confidentiel aux suites panoramiques. Au printemps, laissez-vous guider à Kyoto pour une immersion culturelle unique, incluant des visites privées de temples habituellement fermés au public.

En été, cap sur les îles grecques à bord d'un catamaran privé entre Paros et Amorgos. Ou partez explorer la beauté brute du désert namibien, en toute quiétude. Et pour l'automne: une vendange en Argentine, à Mendoza, ou une retraite architecturale apaisante dans les Pouilles, où design et nature ne font qu'un. Nous concevons les idées avec autant de soin que les itinéraires. Nous apprenons à connaître ce qui vous inspire, et bâtissons vos voyages à partir de là.

Un voyage à votre image

Le sur mesure, pour nous, c'est l'équilibre. Nous ne promettons pas l'impossible, et nous ne compliquons pas l'essentiel.

Un voyage peut être grandiose ou minimaliste: s'il vous correspond parfaitement, il devient inoubliable.

Votre conseiller ajuste chaque détail, veille à la fluidité du parcours et reste à votre écoute tout au long du voyage. Non pas pour diriger, mais pour accompagner avec discrétion. C'est ainsi que se traduit une confiance bien placée.

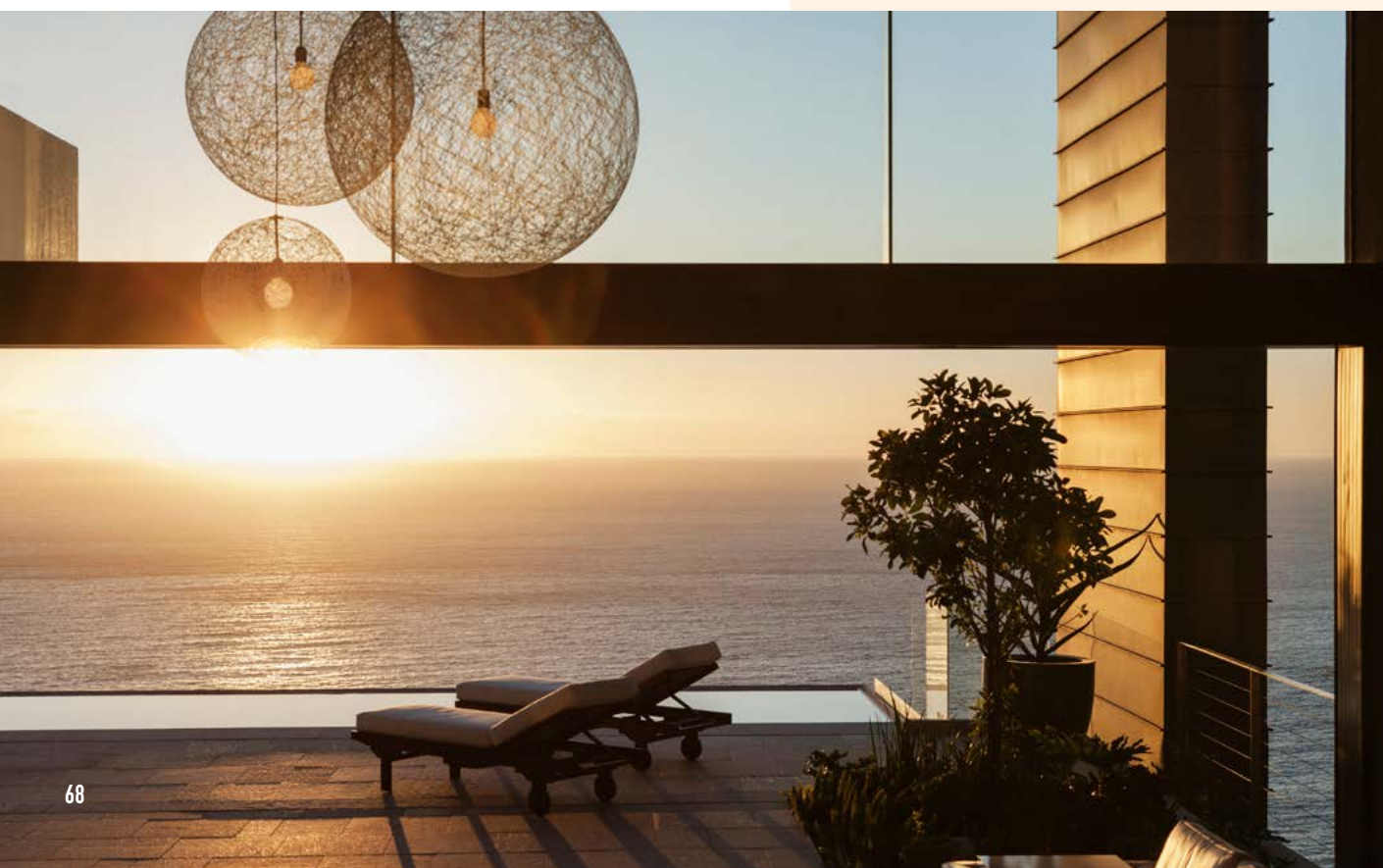
Discrétion. Expertise. Confiance.

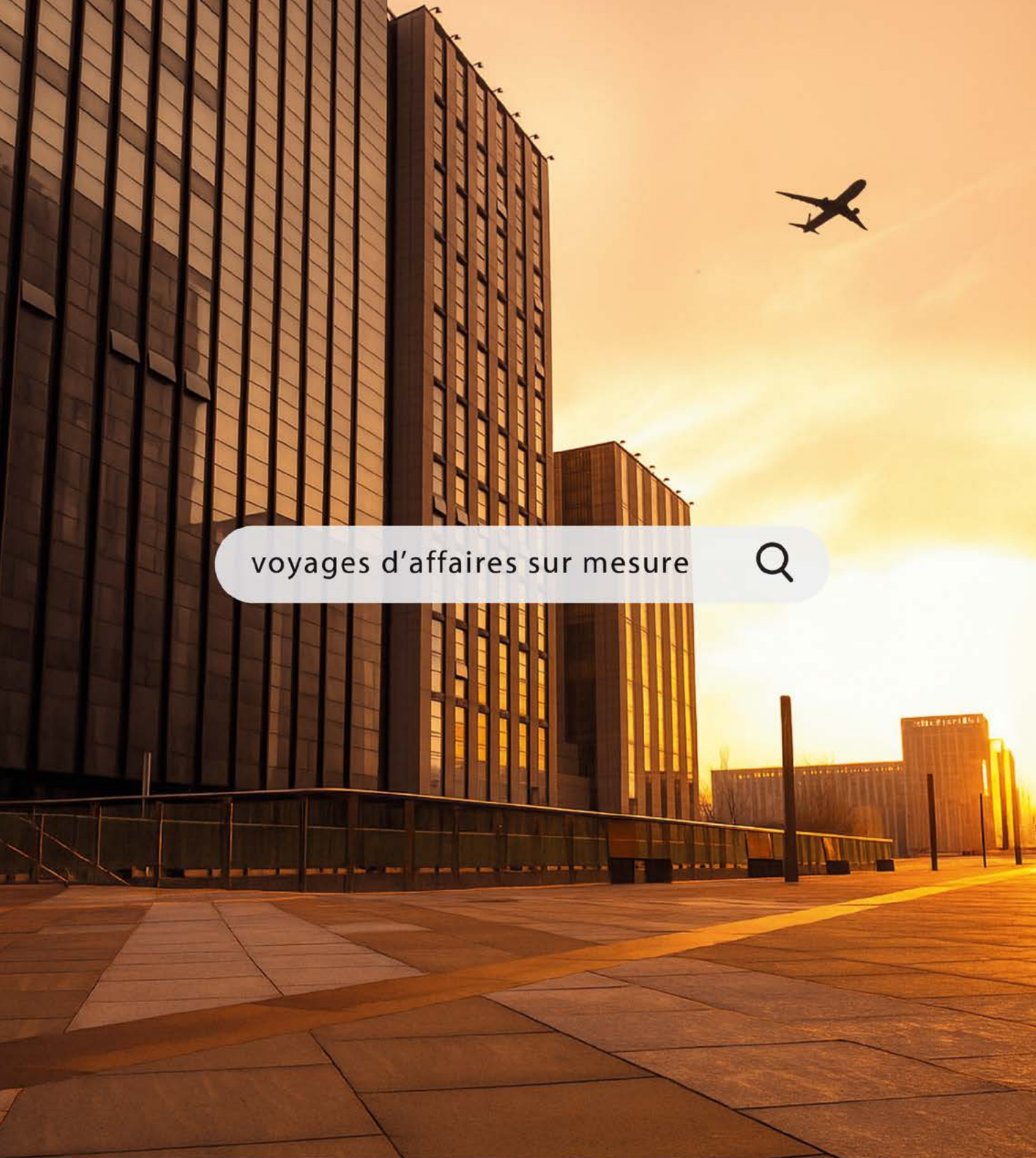
Chez **Select Travel – Private Holidays**, nous cultivons une approche différente du voyage. Plus intime, plus attentionnée, et surtout plus enrichissante.

Nous ne pensons pas que le voyage doive être public. Nous croyons qu'il doit être personnel. Et peut-être que tout commence – non par une destination – mais par une conversation.



Sur rendez-vous uniquement
(+352) 46 40 40 46
privateholidays@select.lu





voyages d'affaires sur mesure



Vous cherchez un partenaire de voyage d'affaires et de séminaires d'entreprises fiable au Luxembourg ?
Select Travel vous offre des solutions personnalisées,
alliant expertise et service d'exception.

info@select.lu - select.lu

SELECT
TRAVEL

TERO LODGE HERBEUMONT

Herbeumont, entre les racines et la braise

On pense venir chercher la nature.

On repart avec bien plus.

Herbeumont n'est pas un lieu
où l'on se déconnecte, mais un de ceux
où l'on se reconnecte.

À l'essentiel. À soi. Aux autres.



Il faut quitter les grands axes. Laisser derrière soi les notifications, les horaires serrés, les vitres teintées. La route se fait plus étroite, les forêts plus épaisses, le silence plus présent. On approche d'Herbeumont comme on approche d'un souvenir. Avec lenteur. Avec respect.

C'est là, quelque part entre les vallées de la Semois et les courbes souples de l'Ardenne belge, que le monde prend un autre rythme. Les arbres sont plus hauts. L'air est plus dense. Et le temps, enfin, s'étire.

Quand on arrive ici, on ne pense pas au calme. On pense aux gens. À ceux qu'on retrouve. À ceux qu'on ramène avec soi. Aux enfants qui découvrent la forêt, aux parents qui la reconnaissent. Aux anciens qui la respectent. Herbeumont n'est pas un décor. C'est un terrain d'ancrage.



Et si ce lieu existe tel qu'il est, ce n'est pas un hasard. C'est le fruit d'un geste volontaire, d'une vision. Celle de Tero, qui depuis plusieurs années construit non pas des hôtels, mais des lieux de vie. Des refuges durables et humains, pensés pour renouer avec l'essentiel. La bâtisse a gardé ses fondations d'origine : la pierre de schiste, solide, enracinée. Elle a été agrandie avec discrétion, pensée pour accueillir, mais sans imposer. Posés là en lisière du village, les lodges Tero à Herbeumont ne brillent pas. Ils respirent. Bois, lumière, chaleur. Ils n'isolent pas, ils relient. Ils accueillent les familles, les couples, les bandes d'amis. Ils rassemblent autour d'un feu, d'un repas, d'un souvenir qu'on n'avait pas prévu de partager.

Certains coins sont pensés pour la fête, d'autres pour la lenteur. On passe d'un grand dîner à une partie de pétanque, d'un feu de bois à une balade, d'un rire fort à un silence partagé. Le lieu est vaste, mais jamais froid. Il a cette capacité rare à laisser chacun vivre son propre tempo, sans déranger celui des autres. Car ici, on ne vient pas fuir. On vient transmettre. Une histoire, un rire, une manière d'être ensemble. Une



façon de vivre, peut-être. Celle qui prend le temps. Celle qui écoute quand on parle. Celle qui se construit au fil des jours, sans programme. Et parfois, on y vient en équipe. Pas pour travailler plus, mais pour travailler autrement. Le bois et la pierre remplacent le PowerPoint, les chemins balisés prennent le relais des brainstormings, les idées circulent mieux quand l'air est frais et que les rôles tombent. À Herbeumont, les séminaires ou team buildings ne sont pas des parenthèses, ce sont des points d'ancrage. On ne fait pas que réfléchir, on respire ensemble.

Ce privilège d'accéder à des lieux comme celui-ci n'est pas un luxe au sens classique du terme. **C'est un espace de respiration dans la modernité, une faille douce dans le tumulte.**

On mange sur de grandes tablées. On joue aux cartes. On se lève tôt pour aller marcher. On rentre trempés, on rit. On réapprend à attendre. À ne pas remplir chaque minute. À s'ennuyer un peu, comme on savait le faire enfant.

Le soir, la forêt devient théâtre. Les lampes sont jaunes, les voix plus basses. Il y a du vin, parfois.

Du chocolat chaud, souvent. Les fenêtres reflètent les visages, et les heures n'ont plus de contour. On parle de tout. On ne parle plus. On écoute le feu.

Et ce qu'on emporte, en partant, n'a rien à voir avec ce qu'on pensait trouver. Ce ne sont pas des photos. Ce sont les instants.

Les membres B17 bénéficient d'avantages exclusifs dans tous les lieux Tero. À Herbeumont, ce privilège prend la forme d'un luxe rare : celui d'un lieu qui ne cherche pas à impressionner, mais à faire du bien.



45 rue Champs-Simon
B-6887 Herbeumont, Belgique
tero.be

→ TEXTE : JEAN ALFONSI → PHOTOS : TERO

AGENDA

2026

HIGHLIGHTS DE LA RENTRÉE

Suivez nos événements

**MARDI 6 JANVIER****Afterwork au B19 - Waterloo***Xavier Bertrand*

Ancien Ministre
& Président
du Conseil
régional des
Hauts-de-France.

Présentation de son livre « Rien n'est jamais écrit »

MERCREDI 14 JANVIER**Talk B17 X Forbes***Save the date***DATE À CONFIRMER EN FÉVRIER****Rencontre
exceptionnelle au B17***Stéphane de Groodt*

Présentation de son nouveau livre : un moment unique pour découvrir son univers, partager son humour subtil et son regard singulier sur le monde, suivi d'un cocktail convivial avec lui.

MERCREDI 11 FÉVRIER**Talk B17 X Forbes***Save the date***MERCREDI 11 MARS****Talk B17 X Forbes***Lex Delles*

Ministre de l'Economie
« Compétitivité des Entreprises
Luxembourgeoises »

DU 5 AU 15 MARS**Luxembourg City Film
Festival***Nous vous invitons
au Lux Film Fest !*

Le B17 Luxembourg et le Tero
House17 seront à nouveau
partenaires du LUXEMBOURG
CITY FILM FESTIVAL.



Notre partenariat vous offre la possibilité d'assister gratuitement à toutes les projections du Festival (hors cérémonie d'ouverture, de clôture et événements spéciaux), dans la limite des places disponibles.

MERCREDI 15 AVRIL**Talk B17 X Forbes***Save the date***MERCREDI 20 MAI****Talk B17 X Forbes***Save the date***MERCREDI 17 JUIN****Talk B17 X Forbes***Save the date***MERCREDI 8 JUILLET****B17 Summer Party & sortie
du Magazine « LE CLUB » N°3**

Venez découvrir le N°3
« été 2026 » du Mag et célébrer
le début de l'été au Club.

Le meilleur du jazz vocal ...

CROONER
RADIO

**Disponible à partir du 3 décembre
au Luxembourg**

croonerradio.lu



DEFENDER

EMBRACE THE IMPOSSIBLE

Land Rover Louyet-Luxembourg

128, Route de Thionville, L-2610 Luxembourg - T. 29.71.74

Land Rover Louyet-Niederkorn

9, ZAC Haneboesch II, L-4563 Niederkorn - T. 27.61.60

landroverluxembourg.lu

6,0-14,8 L/100 KM - CO₂ : 135-335 G/KM (WLTP)

Contactez votre concessionnaire pour obtenir des informations complètes sur la taxation de votre véhicule. Informations environnementales : landroverluxembourg.lu. Modèle illustré équipé d'options et d'accessoires. Priorité à la sécurité.