



ischen Handelskammer I Le Magazine <mark>de l</mark>a Chambre de Commerce Franco-Autrichienne



Es ist nicht alles Luxus, was glänzt Le luxe : de l'apparence al expérience

Im Interview / Entretien: Bertrand Purel, VINCI Energies International East

Business-Club: Bunte Eventpalette Business-Club: diversité et dynamisme



Editorial | Éditorial

www.ccfa.at

Chers amis de la CCFA!

Liebe Freunde der CCFA!

ie Oscar Wilde einst zu sagen pflegte: "Die einzige Möglichkeit sich einer Versuchung zu entziehen ist ihr nachzugeben." Seit einigen Jahren scheint die Luxusindustrie ihre Entwicklung auf folgendes Postulat aufzubauen: Ich wünsche mir den Luxus, den sich nur wenige Glückliche erlauben können. Durch Massenproduktionen wurde Luxus nun auch der breiten Masse zugänglich, oder zumindest die Illusion sich diesen Luxus auch tatsächlich zugegen machen zu können. Luxus ist auch "das aktuellste Modell" zu besitzen: das allgegenwärtige und manchmal selbst gesteuerte Veralten ist jener Mechanismus durch den ein Produkt erst zum altmodischen Auslaufmodell wird, obgleich es noch voll funktionsfähig wäre. Der Modeeffekt spielt für den Verbraucher eine tragende Rolle, allerdings scheinen Werbung und Social Media den Hauptgrund für diese Tendenz darzustellen. Doch die verschwenderischen Kaufgewohnheiten scheinen gebändigt worden zu sein und allmählich bahnen sich altbewährte Werte ihren Weg zurück: Natur, Zeit, Bildung und Qualität werden zum wahrhaften Luxus, von dem unsere Gesellschaft zehrt. Genau an diesem Platz findet sich der französische Luxus ein: Er vereint hunderttausende Handwerker, die einzigartige, wert- und kunstvolle Objekte anfertigen. 📂

scar Wilde disait : « le seul moyen de se délivrer d'une tentation, c'est d'y céder. » Il semble que pendant de nombreuses années, l'industrie du luxe ait basé son modèle de développement sur ce postulat : le luxe est ce à quoi j'aspire mais que seuls quelques heureux peuvent se permettre. Néanmoins, à la faveur des productions



de masse, le luxe, ou tout au plus l'illusion de pouvoir se l'offrir, est à portée de main. Le luxe, c'est aussi « avoir le dernier modèle de » : l'obsolescence perçue et parfois même programmée est le mécanisme par lequel un produit devient dépassé bien avant la perte effective de sa fonction. Les effets de mode sont entretenus dans une certaine mesure par les consommateurs eux-mêmes, mais à plus forte raison par la publicité et les médias sociaux. Pourtant les gargantuas consuméristes ont la nausée et lentement les valeurs des Lumières resurgissent : la nature, le temps, l'éducation, la qualité deviennent bel et bien le vrai luxe auquel notre société moderne aspire. C'est là que le luxe français a toute sa place : il est incarné par le savoir-faire unique et centenaire de milliers d'artisans qui participent à la création d'objets rares, pleins de sens et de valeur. 🥞 🎉

Céline Garaudy, Direktorin I Directrice

- Panorama I Panorama
 - Marionnaud
 - Bongrain
- Extra | Extra
 - Petsch Frosch Klein Arturo Rechtsanwälte
 - Arval
- CCFA-Analyse Es ist nicht alles Luxus, was glänzt
- 10 Fokus | Zoom
 - Moët Hennessy
 - Augarten



- Artcurial
- DS Automobiles
- 14 Kurzportrait | Portrait
 - Global Site Position
 - Sofitel Vienna Stephansdom
 - sanofi-aventis
- 17 Interview | Entretien Bertrand Purel, VINCI Energies International East
- 19 Business-Club | Business-Club
- 23 Neue Mitglieder |

VORSTAND: Alain de Krassny, Präsident, Donau Chemie / Herbert Schimetschek, Erster Vize-Präsident / Manfred Kunze, Zweiter Vize-Präsident / Johann Bartal, Schatzmeister / Christian Dorda, Rechtsanwalt, Dorda Brugger & Jordis / Céline Garaudy, Direktorin / Christian Berger, Coface, Niederlassung Austria / Klaus Fassbender, L'Oréal Österreich / Igor Glaser, Schneider Electric Austria Ges. m.b.H. / Georg Frisch / Guido Hackl, Air France — KLM / Erich Hampel. UniCredit Bank Austria AG / Norbert Herzog, Vinci Energies Österreich / Uwe Hochgeschurtz, Renault Österreich / Ernst Huber, WK Österreich / Peter Lennkh, Raiffeisen Bank International AG Johann Marihart, Agrana Beteiligungs AG / Alexander Moj, Sofitel Vienna Stephansdom / Boyan Neytchev, Fromageries Bel Österreich — Zweigniederlassung der Bel Deutschland GmbH / Robert Denis Del Picchia, Sénat de France / Sabine Radl, sanofi-aventis Österreich / Franck Runge, Servithink Unternehmensberatung GmbH / Emil Steiner, Société Générale Zweigniederlassung Wien / Alfred Veider, Thales Austria GmbH / Daniela Vorbeck, Raiffeisen Bank International AG / Friedrich Wille, Frey Wille GmbH & Co KG.

IMPRESSUM: Medieninhaber, Herausgeber, Redaktion: Französisch-Österreichische Handelskammer, Geschäftsführung: Céline Garaudy, A-1030 Wien, Am Heumarkt 10, Tel. +43 (1) 711 47 380, Fax. +43 (1) 713 39 81, E-Mail: caleidoscope@ccfa.at, ZVR-Nummer: 703510399, Unternehmensgegenstand (Vereinszweck): Förderung der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Österreich und Frankreich. Für den Inhalt dieser Publikation und eventuelle Druckfehler übernimmt der Herausgeber keinerlei Verantwortung. Unter Angabe der Quelle ist die Vervielfältigung von Artikeln gestattet. www.ccfa.at. Graphisches Konzept. franke&hagen, Textbeiträge: Céline Garaudy, Julia Pober, Mathilde Aureau. Abonnement für ein Jahr (4 Ausgaben): 20.00 Euro. Abonnement pour un an (4 parutions): 20.00 Euro.































Panorama

Jede Eule hilft! Un projet très chouette!

Seit 2002 unterstützt Marionnaud das SOS-Kinderdorf. Durch den Verkauf von Charity Kuscheltieren konnte bei der letzten Spendenaktion ein € 80.000,-Scheck überreicht werden. Auch in diesem Jahr gibt es wieder einen flauschigen Freund.

Depuis 2002, Marionnaud soutient l'association SOS-Kinderdorf. Grâce à la vente de peluches caritatives, la dernière initiative a permis de remettre un chèque de 80.000 € à l'association. Cette année encore, Marionnaud a imaginé un compagnon tout doux pour lever des fonds pour la bonne cause.

Renault Österreich unterstützt Aktion "Mein Körper gehört mir!" -

Am 24. Oktober 2015 beendete der Filmhofintendant Michael Rosenberg die Charity-Radtour für "Mein Körper gehört



mir!" von Asparn an der Zaya nach Tarifa. Das Projekt möchte auf sexuellen Missbrauch in Familien hinweisen. Begleitet wurde Rosenberg vom Elektroauto

Renault ZOE, der die 3.323 km lange Fahrt als Sidecar bestreitete. Renault Österreich Generaldirektor und Vorstandsmitglied der CCFA Uwe Hochgeschurtz stieg aufs Rad und fuhr am 4. Oktober 2015 die erste Etappe von Wien nach Mariazell mit!

Renault Autriche soutient l'initiative « Mon corps m'appartient ! » -

Le 24 octobre 2015, Michael Rosenberg, directeur du Filmhof, a terminé la course caritative d'Asparn an der Zaya à Tarifa pour « Mon corps m'appartient ! ». Ce programme lutte contre les maltraitances sexuelles subies par les enfants. Michael Rosenberg était accompagné de la voiture électrique Renault ZOE qui a fait office de sidecar sur les 3323 km de parcours. Le directeur général de Renault Autriche et membre du directoire de la CCFA, Uwe Hochgeschurtz, a participé le 4 octobre 2015 en parcourant la distance de Vienne à Mariazell à vélo.

www.projekt-at2015.com

4 caléidoscope

Spenden Sie unter / Faites vos dons sur

as Wohlergehen der Kinder liegt Marionnaud besonders am Herzen. Aus diesem Grund unterstützt Marionnaud Österreich seit dem Jahr 2002 das SOS-Kinderdorf. Auch in diesem Jahr können Sie wieder mit dem Kauf eines Kuscheltiers einem Kind einen guten Start in eine sichere

Die kuschelige Eule ist seit Mitte November österreichweit in allen Marionnaud Parfümerien erhältlich.

Zukunft ermöglichen.

Dadurch wird das SOS-Bildungsprogramm unterstützt, in dem die Kinder in ihrer Entwicklung ihren Bedürfnissen entsprechend gefördert werden. Dazu zählen frühkindliche Förderung, Therapien und Biografie-Arbeit. Kaufen Sie ein Kuscheltier und verschenken Sie gleich doppelt Freude!

arionnaud s'engage pour le bien-être des enfants. C'est pour soutenir cette cause que Marionnaud Autriche

coopère depuis 2002 avec l'association SOS-Kinderdorf et que ce projet lui tient particulièrement à cœur. Cette année, vous pouvez de nouveau contribuer au bonheur d'un enfant en lui assurant un départ serein dans

L'adorable chouette en peluche est disponible depuis mi-novembre dans toutes les filiales de Marionnaud en Autriche.

Cette action caritative permet de soutenir un programme de formation qui incite les enfants dès leur plus jeune âge à développer leurs compétences en fonction de leurs besoins. Une excellente façon de faire doublement

plaisir! 🥞 🎉

Kontakt I Contact: www.marionnaud.at www.sos-kinderdorf.at

Pro verkaufter Eule

(um 7,90 Euro) kommen

4 Euro in den Spendentopf für das SOS-Kinderdorf.

Pour une peluche achetée

(7,90 euros), 4 euros sont reversés à l'association « SOS-Kinderdorf ».



Käse-Genuss hoch vier Plaisirs fromagers démultipliés

Bongrain (ab 2016 mit neuem Firmennamen Savencia Fromage & Dairy Österreich GesmbH) bringt Jahr für Jahr viele neue Produkte auf den Markt. So war auch 2015 gespickt mit vielen Neuigkeiten, u.a. gab es für die Marke Brunch großen Anlass zu feiern.

2015 s'achève bientôt et fut une année riche en saveurs et plaisirs fromagers chez Bongrain (à partir de 2016 avec comme nouvelle raison sociale Savencia Fromage & Dairy Österreich GesmbH) avec ses nouveautés sous nos 4 marques stratégiques.

runch feierte seinen 20. Geburtstag mit einer großen Jubiläumspromo bei der man attraktive Preise gewinnen konnte, einer Jubiläumssorte und 2 fantastischen Saisonpaaren. Brunch Salsa und Tango brachten das Jahr in Schwung und Brunch Hamburger Style und Strawberry Cheesecake Style beenden das Geburtstagsjahr.

Fol Epi begann das Jahr mit der Markenartikelkampagne. Später ging Fol Epi mit der neuen Sorte Hauchfein Rosmarin an den Start und verloste Wochenendreisen mit Heißluftballonfahrten über den Bodensee.

Auch bei Bresso gab es einen Traumurlaub zu gewinnen. Wer im Sommer beim Promo-Gewinnspiel mitmachte, hatte die Möglichkeit eine Reise nach Frankreich zu gewinnen. Die neue Jahressorte - Méditerranée - brachte zusätzlich Abwechslung für alle Bresso-Genießer.

Die Range von Saint Albray erfuhr durch den Launch von Saint Albray L'intense eine sehr erfolgreiche Erweiterung und bleibt weiterhin stärkste Marke im Bereich Weichkäse.

2016 gibt es wieder einen großen Anlass zu feiern: Bresso und Chavroux haben Jubiläum. Dafür hat sich Bongrain viel Spannendes und Neues für alle Käseliebhaber einfallen lassen, um das kommende Jahr abwechslungsreich zu gestalten. Lassen Sie sich überraschen!

runch a fêté ses 20 printemps avec une promotion jubilée et ses nombreux prix à gagner. L'année a commencé sur une note festive avec le duo Brunch Salsa et Tango et se termine avec le nouveau couple Brunch Hamburger Style et Strawberry Cheesecake Style.

Fol Epi Chiffonnades, une des marques prio-

ritaires de Bongrain était à l'honneur durant la campagne d'affiches printanière. Fol Epi se savoure désormais également avec une note subtile de romarin.

Un voyage de rêve en France était à gagner avec Bresso en participant au jeu concours de cet été. La nouvelle variété Méditerranée a ravi de nombreux gourmands.

Saint Albray, autre marque star renforce sa présence en se présentant sous une facette plus marquée en goût à travers sa nouvelle variété « L'intense ».

2016 promet d'être tout aussi délicieusement

Kontakt | Contact :

Bongrain/Savencia Fromage & Dairy Österreich GesmbH Cornelia Hösch Davidgasse 87-89/2/DG, 1100 Wien T: +43 1 586 03 51 22 cornelia.hoesch@bongrain-at.com www.kaesefreunde.at



Bongrain GesmbH va changer de rai-

son sociale et deviendra à partir du 1er

janvier 2016 Savencia Fromage & Dairy

Österreich GesmbH.

Extra

Gründung einer GmbH in Österreich Constitution d'une SARL en Autriche

Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) ist die populärste Form der Kapitalgesellschaften. Die CCFA hat Dr. Christoph Petsch, Rechtsanwalt und Partner bei der Kanzlei Petsch Frosch Klein Arturo getroffen, um mehr über die Gründung einer solchen Firmenform in Österreich und die News im juristischen Umfeld zu erfahren. Kurzer Überblick und Tipps.

La société à responsabilité limitée (SARL) est la forme la plus populaire des sociétés de capitaux. La CCFA a rencontré Dr. Christoph Petsch, avocat et partenaire du cabinet Petsch Frosch Klein Arturo, afin d'en savoir plus sur la création d'une telle forme d'entreprise en Autriche et l'actualité juridique dans ce domaine. Etat des lieux et conseils.



- Die GmbH muss durch Notariatsakt zwischen einem oder mehreren Gesellschaftern gegründet werden. Die Haftung des Gesellschafters ist immer mit seiner Stammeinlage begrenzt, d.h. der Gesellschafter haftet nicht persönlich für die Schulden der Gesellschaft. Die Gesellschafter können auch ausländische Staatsbürger, physische oder juristische Personen mit Wohnsitz oder Sitz im Ausland sein.
- Der Gesellschaftsnamen muss entweder den Namen eines Gesellschafters oder einen Fantasienamen mit einem Zusatz enthalten, der auf die Geschäftstätigkeit Bezug nimmt.
- Das Mindestgesellschaftskapital beträgt
 35.000, welches wenigstens zur Hälfte bei der Gründung eingezahlt werden muss. Bei einem höheren Kapital ist die anfängliche Einzahlung mindestens ein Viertel, die jedoch nie unter € 17.500 sein darf.
- Eine besondere Form eröffnet die Möglichkeit eines reduzierten Kapitals von € 10.000, welches zur Hälfte mit € 5.000,- bei der Gründung einzuzahlen ist. Allerdings nach zehn Jahren des Bestehens einer solchen GmbH muss ihr Kapital auf die normale Höhe von

€ 35.000 erhöht werden.

- Die Generalversammlung der Gesellschafter ernennt den/die Geschäftsführer, genehmigt die Jahresabschlüsse und entscheidet über die Verwendung des Geschäftsergebnisses.
- Der Geschäftsführer vertritt ohne Beschränkung die Gesellschaft sowohl gerichtlich wie außergerichtlich gegenüber Dritten. Die Generalversammlung kann jedoch seine Befugnisse begrenzen. Eine solche Begrenzung wirkt allerdings nur gegenüber den Gesellschaftern und nicht gegenüber Dritten. Ein Geschäftsführer kann jederzeit ohne Angabe von Gründen abberufen werden.
- Gesellschaft, Gesellschafter und Geschäftsführer werden in das Firmenbuch eingetragen. Die Übertragung von Geschäftsanteilen erfolgt mit Notariatsakt. Der Jahresabschluss muss beim Firmenbuch eingereicht werden.
- Die K\u00f6rperschaftssteuer betr\u00e4gt 25\u00df des Gewinns mit einer j\u00e4hrlichen Mindeststeuer von € 1.750.
- Ab dem 01.01.2016 wird die Gesellschaftssteuer von 1% des eingezahlten Kapitals abgeschafft. Dank einer Steuerreform wird die Forschungsprämie auf 12% erhöht.
- En Autriche, la SARL doit être constituée par acte notarié entre un ou plusieurs associés. La responsabilité de l'associé est toujours limitée à son apport, c'est-à-dire que l'associé ne répond pas personnellement des dettes de la société. Les associés peuvent également être de nationalité étrangère, être des personnes physiques ou morales ayant leur domicile ou siège aussi à l'étranger.
- La raison sociale doit contenir ou le nom d'un associé ou un nom d'invention avec un terme qui fait référence à l'activité commerciale.
- Le capital social minimum s'élève à 35.000 €,

- dont la moitié au moins doit être libérée à la constitution. Pour un capital supérieur, la libération initiale est au moins d'un quart, sans toutefois ne jamais pouvoir être inférieure à 17 500 €
- Une forme particulière offre la possibilité d'un capital diminué à 10.000 € dont la moitié de 5.000 € au moins doit être libérée à la constitution. Cependant après dix ans d'existence une telle SARL doit augmenter son capital au niveau normal de 35.000 €.
- L'assemblée générale des associés nomme le ou les gérants, approuve les bilans annuels et décide de l'affectation du résultat d'exploitation.
- Le gérant représente sans limitation la société auprès des tiers, tant en matière judiciaire qu'extrajudiciaire. L'assemblée générale peut toutefois limiter ses pouvoirs. Une telle limitation ne vaudra alors qu'entre associés et non vis-à-vis des tiers. Un gérant est révocable à tout moment sans indication de motifs.
- La société, les associés et gérants sont inscrits auregistre du commerce. Le transfert des parts sociales s'effectue par acte notarié. Le bilan doit être déposé au registre du commerce.
- L'impôt sur les bénéfices des sociétés s'élèvent à 25 % du bénéfice avec un impôt minimum de \in 1.750 par an.
- À partir du 01.01.2016 le droit d'enregistrement de 1% du montant du capital versé sera supprimé. Grâce à une réforme fiscale, la prime à la recherche passera à 12%.

Kontakt | Contact :

Petsch Frosch Klein Arturo Rechtsanwälte Dr. Christoph Petsch Esslinggasse 5, 1010 Wien T: +43 1 586 21 80

christoph.petsch@pfka.eu | www.pfka.eu

© CAT Communications/APA-Fotoservice/Preiss, Fotograf: Thoma

Le service à l'ère du digital Digitalisierung: Service mal anders!

Philippe Bismut, CEO du groupe Arval, était présent à Vienne le 8 octobre 2015 pour présenter la transformation digitale de l'entreprise. Amorcée avec le lancement en 2013 d'Arval Smart Experience, cette révolution technologique s'accélère avec des nouveautés et l'amélioration constante de l'offre existante.

Philippe Bismut, CEO der Arval Gruppe, war am 8. Oktober 2015 in Wien, um "Arval Digital Revolution" zu präsentieren. 2013 begann diese digitale Entwicklung mit dem Launch von Arval Smart Experience. Seitdem wurde der Innovationsprozess immer dynamischer.

CCFA: Nous sommes ravis d'avoir l'occasion de vous rencontrer en Autriche. Pouvez-vous nous donner un rapide aperçu du groupe?

Philippe Bismut: Nous sommes une filiale de BNP Paribas créée en 1989 et spécialisée dans la location de véhicules d'entreprise. Nous proposons à nos clients - des professionnels, des multinationales comme de plus en plus des PME - des solutions de « full service leasing ». Arval est présent dans 25 pays et compte plus de 4 000 collaborateurs. La flotte d'Arval s'élève à près de 760 000 véhicules loués dans le monde (octobre 2015). Nous sommes en expansion avec une croissance mondiale de 7% pour le nombre de véhicules en leasing. Nous continuons de nous développer en Europe: l'Autriche, depuis 2000 avec 25 salariés et près de 3 500 véhicules en leasing, fait partie des filiales particulièrement performantes (cf. interview G. Cevaer Caléidoscope 2-15). Mentionnons aussi le projet d'acquisition de l'activité européenne de gestion de flotte automobile de General Electric annoncé fin juin 2015. A l'international, nous affichons de très fortes progressions : en Turquie, au Brésil, en Chine,...

CCFA: Pour que vos clients et prospects puissent bénéficier des dernières technologies, Arval vit depuis ces dernières années une véritable transformation digitale. Comment a-t-elle commencé?

PB: Nos clients doivent pouvoir bénéficier du même niveau d'expertise et des mêmes outils technologiques à travers le monde. La prouesse technique leur garantit cette offre premium avec une vraie relation de proximité. En interne, nous voyons aussi les bénéfices d'une telle homogénéisation. Le premier avantage est avant tout le gain de temps. En 2013, nous avons lancé Arval Smart Experience: un ensemble de services interactifs et innovants regroupant outils en ligne, technologie mobile et réseaux sociaux (Arval Connect, Arval Fleet View, Arval Mobile+, Arval Drive Challenge). Les gestionnaires de flotte disposent de données aussi bien opérationnelles (Arval Fleet View) que stratégiques (Arval Analytics). Aujourd'hui, 1/3 de nos prospects PME arrivent via le canal digital. Cela prouve toute la cohérence de notre stratégie.

CCFA: En continuant sur cette lancée, vous avez décidé d'investir fortement dans la télématique et avez développé Arval Active Link. Pouvez-vous nous expliquer son fonctionnement et les avantages pour les utilisateurs?

PB: En effet, il y a initialement une volonté très marquée de la part d'Arval d'investir dans la relation avec le conducteur mais avec l'engagement de ne pas générer pour autant des coûts clients. Autrement dit, si c'est une forme de luxe technique, ce ne sont pas des solutions onéreuses pour autant, bien au contraire - et c'est là l'une des grandes réussites du modèle. Avec Arval Active Link, le groupe va très loin en lançant la première offre télématique intégrée du marché avec pour objectif 2020 l'équipement de tous les véhicules Arval (quels que soient la marque ou le modèle) avec cette technologie. Il est désormais possible d'avoir accès à des données détaillées sur un véhicule et sur le comportement de son conducteur. Arval maîtrise l'intégralité des informations recueillies et aide ainsi directement ses clients tout en respectant les règles de confidentialité : le conducteur peut qualifier son trajet de « privé » ou « professionnel ». Pour les entreprises, les avantages se situent du côté de l'amélioration



de la productivité (trajet, carburant) et de la conformité du comportement du conducteur avec les règles internes fixées par la société. Elles récupèrent toutes les données pour pouvoir également mener des études sur le moyen ou long terme. Quant au conducteur, il peut être, lui, informé en temps réel par des alertes sur son mobile de toute information technique pertinente liée à son véhicule. Arval Active Link est assorti de nombreux services et applications complémentaires. Chez Arval, la transformation digitale est bel et bien une réalité de tous les jours et elle ne cessera de l'être afin d'avoir toujours une longueur d'avance sur les besoins de nos clients.

Kontakt I Contact:

Arval Austria GmbH
Klaus Leitzmann – Marketing
Businesspark MARXIMUM – Objekt 4/0G3/B
Modecenterstrasse 17, 1110 Wien
T: +43 1 706 98200
klaus.leitzmann@arval.at
www.arval.at

Es ist nicht alles Luxus, was glänzt Le luxe : de l'apparence à l'expérience

Comme de plus en plus de sondages, d'articles et de recherches le soulignent, le concept qui se cache derrière le mot « luxe » est en train d'évoluer. Autrefois uniquement lié à une catégorie spécifique de consommables et à un groupe social très restreint, aujourd'hui le terme « luxe » s'associe plutôt à une expérience exclusive et personnalisée.

chat dans un cadre très particulier, séjour touristique dans un hôtel 5 étoiles ou privatisation d'un spa pour

un soir : le luxe prend un nouveau visage. Il s'agit d'expériences accessibles à un nombre plus large de personnes et qu'un éventail bien plus large d'opérateurs peut s'offrir. L'évolution du concept contribue à compliquer l'analyse économique du domaine, des variables non chiffrables, telle que la capacité d'adaptation des opérateurs à l'évolution du secteur, devant être prises en compte.

En ce qui concerne l'Autriche plus particulièrement, on observe que ce marché a entrepris un processus d'adaptation, qui permet au pays de rester un des lieux les plus propices en Europe à la commercialisation de produits (ou d'expériences) de luxe, et qui doit inscrire cette tendance dans la durée.

La stabilité du secteur repose en effet sur des éléments économiques et sociaux très positifs, comme son PIB par habitant (un des plus élevés dans l'UE, correspondant à 35 475,8 euros en 2015 selon la WKO), son taux de chômage (5%) bien inférieur à la moyenne européenne, le nombre croissant de millionnaires nationaux (114 200 en 2014, soit + 5,7% par rapport à 2013) ainsi que l'essor du tourisme dans le pays (près de 31 millions de visiteurs en 2014).

Ce dernier élément est particulièrement significatif, notamment lorsque l'on tient compte de l'importance de la part des ventes engendrée par les achats des touristes : les statistiques de 2014 concernant les achats de produits de luxe à Vienne reportent des chiffres remarquables, comme par exemple les 65 M d'euros générés par les consommateurs russes et les 63 M d'euros par la clientèle chinoise.

Le premier signal de flexibilité du marché et d'adaptation du secteur à son évolution est témoigné par la transformation du cadre urbain qui entoure le passage de ces vagues de touristes.

En effet, la ville de Vienne (qui est aujourd'hui la cinquième région la plus riche de l'UE, après Londres, Luxembourg, Bruxelles et Hambourg) a vu le Graben et la Kärntner Straße se métamorphoser en **goldenes U**, ou Mille d'Or, sur lequel transitent en moyenne 60 000 personnes par jour. L'ouverture compulsive et désordonnée des enseignes internationales des années 90, fortement critiquée pour le manque de riqueur esthétique, a laissé la place à une

« L'Autriche reste et continuera de rester une plateforme très importante sur le marché du luxe, arrivant à fusionner élégamment l'offre classique avec le nouveau concept d'expérience unique. »

approche différente, dans laquelle se développent des critères d'élégance et de sophistication qui sont affichés par toutes les boutiques et les magasins de la rue (du plus exclusif au plus main stream). Steffl (voir encadré p.9), le departement store de la Kärnter Strasse ouvert en 1895, est un parfait exemple de cette métamorphose: depuis 2011, le magasin a entrepris un réaménagement de ses six étages et se définit comme un department store de nouvelle génération, souhaitant proposer une offre haut de gamme couvrant toutes les facettes du style de vie de ses nouveaux clients. Avec 12 000 m2 d'espace de vente et 550 marques représentées, Steffl a enregistré en 2014 une augmentation de 5% de ses résultats, ce qui témoigne de l'importance du changement de stratégie face aux mouvements de tendances du shopping.

Un autre exemple d'adaptation du centreville viennois au nouveau concept de luxe est naturellement le Goldenes Quartier (Quartier Doré), prolongation du Kohlmarkt : la société immobilière Signa Holding a en effet voulu consacrer 11 500 m² à un projet prévoyant l'ouverture ou l'élargissement de flagshipstores des marques internationales suivantes : Louis Vuitton, Saint Laurent, Prada, Bottega Veneta, Emporio Armani, Valentino, Miu Miu, Roberto Cavalli, Alexander McQueen, Sergio Rossi, Brioni, Mulberry, Etro, Pomellato, Brunello Cucinelli, Church's et 7 For All Mankind. Le projet s'est conclu en 2014 avec l'inauguration de l'hôtel à 5 étoiles le plus récent de Vienne, le Park Hyatt, construit dans l'ancien siège de la banque Bank Austria UniCredit, dont le prix des chambres et suites va de 480 à 5 000 euros par nuit. Contrairement aux grandes marques du Quartier Doré (qui pour la plupart n'ont à ce jour pas encore atteint les résultats espérés), cet hôtel affiche depuis l'ouverture des résultats très positifs, avec un taux minimum d'occupation des chambres de 60%, ce qui indique que les consommateurs privilégient l'expérience du luxe dans l'hôtellerie plutôt que l'achat d'articles de luxe.

Afin de répondre aux nouvelles exigences des touristes, les dépenses des hôteliers au cours des dix dernières années pour améliorer leur offre ont augmenté de 92%, tandis que le prix moyen des chambres n'a augmenté que de 37%: cette augmentation limitée du prix des chambres a été permise par un meilleur taux d'occupation. Ces investissements ont suivi la tendance dans le luxe qui met désormais d'avantage l'accent sur une« expérience exclusive » que sur l'achat de marques, ce qui permet aux hôtels à 5 étoiles de Vienne





Redaktion und Kontakt / Rédaction et contact : Arianna Olivero & Morgane Andrien Département « Art de Vivre, Santé » Business France Autriche arianna.olivero@businessfrance.fr morgane.andrien@businessfrance.fr

d'enregistrer une croissance de leurs profits de 13,6% en 2014 (ndlr : les autres hôtels ont registré une croissance de 9,6%). Le succès de l'hôtellerie de luxe n'est d'ailleurs pas propre à Vienne : Salzbourg et de nombreuses stations de ski exclusives (Kitzbühel, Zell am See, Lech...), qui accueillent chaque année des milliers de touristes et skieurs à la recherche d'un séjour hors normes, ont réaménagé leurs rues et leurs hôtels pour monter en gamme, et affichent des résultats très positifs. Un autre signe de la capacité du marché à suivre les nouveaux comportements des consommateurs est représenté par la transformation de voies d'accès à certains opérateurs via le web. Dorotheum, acteur historique du domaine du luxe en Autriche, maison de vente aux enchères et joaillier, assure d'excellents résultats (80% des articles proposés aux enchères sont vendus, avec profit) également grâce à l'acquisition toujours plus importante de nouveaux clients (surtout particuliers) sur leur plateforme en ligne. Cet opérateur, comme d'autres acteurs du domaine du luxe en Autriche (hormis les hôtels), n'a d'ailleurs pas subi de pertes suite à la chute du rouble et continue à compter sur un public d'acheteurs russe très important (surtout liés aux biens artistiques d'origine russe, ukrainienne ou d'Asie centrale). La clientèle russe reste encore forte notamment grâce au grand nombre de résidents russes dans la capitale (15 000) ou de russes ayant une résidence secondaire en Autriche (33 300 au total selon Statistik Austria, un chiffre qui a doublé depuis 2005).

Tous ces éléments confirment que l'Autriche reste et continuera de rester une plateforme très importante sur le marché du luxe, arrivant à fusionner élégamment l'offre classique avec le nouveau concept d'expérience unique.

Ce cadre représente d'ailleurs un lieu très intéressant dans lequel présenter de nouvelles marques répondant à ce style, comme démontré par le succès de l'offre française lors de l'évènement « Le Luxe Français au Pays de Sissi » organisé par Business France à l'Ambassade de France le 20 octobre 2015. La mission a réuni 7 marques françaises (Haviland, Daum, THG, Marin&Tullet, Commelin, Romain Herzo, SFM et Clio Blue) qui ont pu constater le potentiel de ce marché ainsi que l'intérêt des architectes, joailliers, hôteliers et distributeurs autrichiens venus les rencontrer à l'Ambassade.

Zusammenfassung:

ar der Begriff "Luxus" früher nur einer kleineren, erlesenen Gruppe vorbehalten, so gilt er heute viel mehr als eine Art Erlebnis der anderen Art. Die Exklusivität und der personalisierte Charakter des Luxus stehen dabei im Vordergrund, sei es eine private Einkaufsmöglichkeit oder ein Aufenthalt in einem 5 Sterne Hotel. Österreich gilt als äußerst attraktiver europäischer Standort für die Vermarktung von Luxusgütern. Insbesondere Wien zeigt eine enorme Transformation seines Stadtzentrums durch die Herausbildung eines "goldenen Us" um den Graben und die Kärntner Straße sowie durch das Kaufhaus Steffl.



Grâce à des activités de networking et des opérations BtoC, la CCFA soutient l'export des marques françaises de luxe en parallèle des activités de Business France. Elle a organisé le 6 octobre 2015 en partenariat avec l'équipe du **SteffI** une soirée exclusive pour ses membres à l'occasion de l'inauguration des semaines françaises de la mode intitulées « SALON FRANÇAIS — Celebrating French chic @ STEFFL ». Du 5 octobre au 14 novembre dernier, le grand magasin viennois rendait hommage au prêt-à-porter français et présentait ses marques tricolores dont Kenzo, maje, Givenchy ou encore Sandro. Découvrez une sélection des photos de cet événement en page 20 !



Wiener Porzellanmanufaktur Augarten Tradition trifft Moderne

La tradition à la rencontre de la modernité

In Wien wird seit 1718 feinstes Porzellan erzeugt – seit 1923 wird diese Tradition im Augarten gepflegt.

Vienne est célèbre depuis 1718 pour la production de porcelaine de grande qualité. Depuis 1923, la manufacture AUGARTEN perpétue cette tradition.

iener Porzellan ist berühmt für seine zarte und anmutige Form, die Reinheit der Linien und die exquisite Ausarbeitung. Höchste Qualität und Perfektion jedes einzelnen Stückes stehen in der Porzellanmanufaktur an erster Stelle. Die Qualität der Malerei genießt international höchstes Ansehen.

Unglaubliche 25.000 Produkte - von gehobener Tischkultur bis zu Objekten aus dem Bereich Interior Design, von klassischen Dekoren bis zu außergewöhnlichen Formen und Produkten, die von Augarten seit Bestehen der Manufaktur in Kooperation mit namhaften Künstlern kreiert werden - sind im Sortiment.

Diese Fülle an traditionellen und modernen Stücken lässt sich im Schloss Augarten entdecken. Heute wie damals wird im Herzen Wiens jedes einzelne Stück Porzellan sorgsam handgefertigt und bemalt. Bei einer Führung durch die Produktion kann man alle Schritte der Fertigung miterleben. Die Geschichte des Wiener Porzellans von 1718 bis in unsere Tage wird im Porzellanmuseum anschaulich dargestellt. Aktuell zeigt das Museum eine Ausstellung zweier renommierter Berliner Porzellankünstlerinnen, die Augarten Porzellan neu interpretieren.

Zum Ausklang Ihres Besuchs im Augarten bietet sich ein Besuch im Café-Restaurant an. Beim Einkaufsbummel durch die Wiener Innenstadt werden Sie von den Damen im Flagshipstore in der Spiegelgasse gern beraten und vor Weihnachten auch besonders verwöhnt. Christbaumschmuck aus Porzellan und edle Geschenksets, die gemeinsam mit drei heimischen Manufakturen zusammengestellt wurden, sind besondere weihnachtliche Präsente. Und zu den Festtagen lässt sich der Champagner wunderbar aus den edlen Champagnerschalen genießen!

Augarten, eine der ältesten und exklusivsten Manufakturen Europas, steht auch für individuelle Porzellan-Kreationen und Sonderanfertigungen nach Wünschen der Kunden, die in meisterhafter Handwerkskunst ausgeführt werden.

Résumé:

a porcelaine viennoise est connue pour la délicatesse et le raffinement de sa forme, pour la pureté de ses lignes et l'excellence de sa finition. Pour la manufacture de porcelaine, la qualité et la perfection de chaque pièce constituent des exigences de premier plan. Cette porcelaine est réputée dans le monde entier pour sa peinture. Depuis la fondation de la manufacture, AUGARTEN a élaboré 25 000 produits en coopération avec des artistes de renom : des objets d'art de la table, d'architecture d'intérieur, des décors classiques, des pièces aux formes plus originales et des produits innovants. C'est cet ensemble combinant adroitement tradition et modernité que l'on découvre au sein du château de l'Augarten. Aujourd'hui comme hier, chaque pièce de porcelaine est façonnée et peinte à la main au cœur de Vienne. Il est possible de prendre part à une visite guidée à travers la production pour en découvrir toutes les étapes. Le musée retrace l'histoire de la porcelaine viennoise de 1718 à nos jours. En ce moment, s'y tient une exposition de deux artistes berlinoises qui revisitent la porcelaine AUGARTEN

Vous pourrez terminer votre visite par une pause dans le café-restaurant.

Dans le centre-ville, les vendeuses du flagshipstore de la Spiegelgasse se tiennent à votre disposition pour vous conseiller au mieux, notamment lors de vos achats de Noël: décorations de Noël mais aussi coupes à Champagne raffinées pour les jours de fête feront d'excellents cadeaux ! AUGARTEN, fidèle à sa réputation d'une des plus anciennes et célèbres manufactures européennes, réalise également des créations sur-mesure, toujours dans le plus pur respect du savoirfaire traditionnel.

Kontakt | Contact :

Manufaktur • Shop • Museum
Obere Augartenstraße 1A, 1020 Wien
T: +43 1/211 24-201
E: Wien2@augarten.at
Mo − Sa 10 − 18 Uhr
■ Augarten Wien | Flagshipstore
Spiegelgasse 3, 1010 Wien
T: +43 1/512 14 94
E: Wien1@augarten.at
Mo − Sa 10 − 18 Uhr
www.augarten.at

Augarten Wien | Schloss Augarten





Art is a French success story! Eine französische Erfolgsgeschichte!



En dix ans, Artcurial a acquis une stature internationale. Crée en 2002 alors que le marché français s'ouvre à la concurrence, la maison de ventes s'impose rapidement comme le leader français des enchères.

Binnen der letzten 10 Jahre hat sich Artcurial zur internationalen Referenz etabliert. Das Auktionshaus wurde 2002 gegründet, zu jenem Zeitpunkt als sich der französische Markt der Konkurrenz öffnete. Schnell hat Artcurial die Herausforderung gemeistert, sich als führendes Auktionshaus Frankreichs zu etablieren.

a maison de vente française ne cesse d'innover avec dynamisme, lançant de nouvelles spécialités comme le Design ou le Street Art qui connaissent rapidement un succès international. Aujourd'hui, c'est plus de 25 spécialités qui sont représentées, des bijoux à l'art contemporain en passant par la bande-dessinée et les tableaux anciens.

L'outsider français s'est bâti au rythme de 15 à 20 % de croissance par an. Ouvert sur le monde, son volume de vente (près de 200 mil-

lions en 2014), est réalisé à 75 % par des collectionneurs internationaux. Artcurial continue à conquérir le monde, exportant la recette de son succès. Afin d'apporter le meilleur service à ses clients, la maison a ouvert des bureaux à Bruxelles, Milan, Vienne, et dernièrement en Allemagne, tout en continuant à organiser des ventes et expositions régulièrement à New York, Marrakech, Tel Aviv et Hong Kong. La première vente à Hong Kong a d'ailleurs eu lieu en octobre 2015, avec notamment une section consacrée à la Bande Dessinée. Parallèlement, elle renforce sa position à Monaco, deuxième place internationale de la maison de vente, Le Rocher accueille des ventes dédiées aux objets de collection les plus luxueux (Joaillerie, Horlogerie de Collection, Hermès Vintage), avec désormais deux sessions par an.

Idéalement située à l'angle de l'avenue Montaigne et des Champs-Elysées, emblèmes internationaux de la capitale et du savoir-faire français, l'imposant bâtiment qui abrite la maison de vente est un hôtel particulier bâti sous le second empire. La façade en pierre de taille sculptée dégage une image rassurante et bienveillante. Lorsque l'on pousse les portes, on découvre un espace moderne et accueillant qui reflète la philosophie d'Artcurial. Un lieu culturel avant tout, où la passion pour l'art et les objets de collection s'exprime pleinement.

Les espaces d'exposition publics, installés sous les boiseries centenaires, cohabitent avec des lieux de vie. Le renommé Café Artcurial, installé dans le jardin d'hiver, célèbre la gastronomie italienne et accueille la clientèle huppée du Triangle d'Or. Tandis que les collectionneurs se précipitent à la Librairie d'Art, l'une des plus importantes de France avec sa sélection complète de catalogues raisonnés, ses signatures événements et sa sélection pointue de la presse internationale la plus branchée.

La dépendance autrichienne est idéalement située sur la très belle Rudolfplatz dans le 1er arrondissement et sous la direction de l'historienne de l'art Caroline Messensee. Des rendez-vous réguliers tels expositions, rencontres, présentation de livres ou encore dégustations de vins avec l'experte de la maison rythment le programme. Comme à

Paris, Artcurial Vienne se veut un lieu vivant proposant à la fois « savoir-faire » et « savoir vivre »... Néanmoins la recherche d'œuvres et d'objets, qui seront proposés à une clientèle internationale lors des ventes à Paris et à Monaco reste la priorité.

Zusammenfassung:

tändige Innovationen des französischen Auktionshauses schaffen eine einzigartige Dynamik, die es binnen kurzer Zeit ermöglichte, Artcurial als Europäischen Marktführer im Bereich Design oder Street Art zu etablieren.

Heute umfasst das Haus 25 Departements: Von Schmuck über zeitgenössische Kunst bis hin zu Comics und Alten Meistern. Das Auktionshaus freut sich über 15 bis 20 % jährlichen Wachstum und zählt 75% internationale Kundschaft. Neben Mailand, Brüssel und zuletzt auch München, eröffnete Artcurial im Herbst 2014 eine Dependance in Wien.

Durch das Wiener Artcurial Büro, geleitet von Kunsthistorikerin Mag. Caroline Messensee in einem historischen Gebäude im Herzen der Stadt, beabsichtigt Artcurial bereits existierenden Beziehungen zu vertiefen, neue Kontakte zu schließen, sowie die Bekanntheit des Auktionshauses in Österreich zu steigern.

Die österreichische Repräsentanz – als regelrechter Treffpunkt der Kunst- und Kulturszene – bietet ein breitgefächertes, kulturelles Angebot in Zusammenhang mit der Aktualität des Pariser Auktionshauses: Buchpräsentationen, Vorträge, Ausstellungen von bedeutsamen Exponaten und vor allem Highlights der künftigen Auktionen in Paris und Monaco.

Absolute Priorität bleibt jedoch die Akquise von Kunstwerken und Objekte, die in Paris und Monaco zur Versteigerung kommen.

Abonnieren Sie den Newsletter per Email-Anfrage um über aktuelle Veranstaltungen und Ausstellungen informiert zu werden.

Kontakt I Contact:
Artcurial Österreich
Mag. Caroline Messensee
Rudolfsplatz 3, 1010 Wien
Tél. +43 1 535 04 57
wien@artcurial.com
www.artcurial.com

DS Automobiles

Von der Vergangenheit in die Zukunft

Quand le passé se conjugue au futur

Gleich zwei runde Geburtstage sorgten am Samstag, 26. September 2015 für einen Rekord in Wien: Auf der 150 Jahre alten Ringstraße zeigten sich 60 historische Modelle der legendären DS gemeinsam mit der Neuauflage der rollenden Göttin, dem neuen DS 5.

it einer eindrucksvollen Ehrenrunde um den Ring präsentierten sich die historischen Fahrzeuge gemeinsam mit den aktuellen Modellen der Marke DS Automobiles. DS 3, DS 3 Cabrio, DS 4 und DS 5 ließen die Herzen der Fans höherschlagen, die sich bei Probefahrten vom Savoir-vivre der französischen Premiummarke überzeugen konnten. Auch die Mitglieder der CCFA hatten die einmalige Gelegenheit diesem Event beizuwohnen. Besonders der DS 5 sorgte bei den zahlreichen Probefahrten für große Aufmerk-

samkeit. Von Europa bis China hat der DS 5 Eindruck hinterlassen. Der neue DS 5 legt die Messlatte mit einer neuen Frontpartie, einem nach wie vor avantgardistischen Design, Raffinesse und Liebe zum Detail, einem dynamischen Fahrverhalten, das eines DS Modells würdig ist, und Technologien im Dienste von Design und Leistung noch höher. Kurzum: ein Fahrzeug, das einen in seinen Bann zieht.

Résumé:

Samedi 26 septembre 2015, la marque DS Automobiles a fêté le 60ème anniversaire de la célèbre voiture en exposant des modèles historiques mais aussi les dernières nouveautés sur le Ring viennois. Lors des essais dynamiques, la nouvelle DS 5 a particulièrement séduit le public avec son deisgn d'avant-garde, son raffinement et sa technologie.





DS empfiehlt TOTAL www.driveDS.at

Top positions sur Google – Référencement professionnel par Global Site Position

Global Site Position aide les entreprises possédant un site Web à atteindre un meilleur positionnement dans les principaux moteurs de recherche. Les membres de son équipe, parlant couramment français, allemand et anglais sont capables de répondre aux besoins des entreprises régionales et internationales. Experts en référencement depuis 15 ans, Global Site Position a aidé plusieurs centaines d'entreprises dans des domaines différents afin d'augmenter la productivité de leur site Web.

près avoir vécu en Principauté de Monaco pendant 20 ans, le fondateur et dirigeant Christopher Bennier, souligne : « Le référencement d'aujourd'hui a pour but une stratégie long-terme afin de bien se positionner sur les top positions de Google avec des mots-clés correctement ciblés ». Le succès du bon référencement d'un site dépend de plusieurs éléments :

 référencement naturel (SEO) – critères sur votre site (p.e. densité mots-clés, liens ent-

Christopher Bennier

rants, etc.) avec des objectifs long-terme

- liens commerciaux (AdWords) garantie des top positions sur Google avec un délai très court et un budget mensuel prédéfini
- Social Media activités sur les réseaux sociaux régulières et communications en ligne

Les campagnes sur Google AdWords offrent des avantages supplémentaires par un ciblage exceptionnel des clients potentiels (motsclés, ciblage géographique, démographique, etc.) et surtout une transparence d'utilisation du budget mensuel et un reporting de la performance. Global Site Position, partenaire officiel et certifié par Google, vous propose une amélioration de la visibilité de votre site Web afin d'augmenter le nombre de visiteurs et donc de clients potentiels.

Zusammenfassung:

Erfolgreiche Webseiten benötigen eine Top Positionierung in den regionalen und internationalen Suchmaschinen wie Google & Bing/ Yahoo. Dies wird erziehlt durch langfristige Suchmaschinenoptimierung (SEO), gezielten Google AdWords Kampagnen und aktives Social Marketing, Global Site Position spezialisiert sich seit mehr als 15 Jahren auf Suchmaschinen Marketing - SEO und Google AdWords, mit dem Ziel Unternehmen in Top Positionen zu platzieren und diese erfolgreich online zu vermarkten. Nach einem 20-jährigen Aufenthalt in Monaco empfiehlt Gründer und Geschäftsführer Christopher Bennier: "Um langfristig Top Postionierungen bei Google zu erreichen, ist eine dauerhafte und gezielte Strategie mit den richtig ausgerichteten Keywords notwendig". Global Site Position, offiziell zertifizierter Partner bei Google, hilft Ihnen gerne die Sichtbarkeit Ihrer Webseite in Google zu verbessern und dadurch mehr Besucher und potenzielle Kunden zu generieren.

Kontakt I Contact : GLOBAL SITE POSITION Christopher Bennier, MBA Wlassakstrasse 70-74, 1130 Wien T: +43 1 930 263 052 cb@global-site-position.com www.global-site-position.com



"Café Gourmand" und "LOFT in Music" über den Dächern Wiens!

Ab Anfang Oktober 2015 serviert Das LOFT im Sofitel Vienna Stephansdom den beliebten französischen Klassiker "Café Gourmand", für den leichten und schnellen Kaffeegenuss. Auch Nachtschwärmer können beim wöchentlich stattfindenden LOFT in Music den Tag perfekt über den Dächern Wiens ausklingen lassen.

er Café Gourmand ist 2005 in den Pariser Kaffeehäusern entstanden, um eine leichtere, schlankere Alternative zu den üppigen Desserts zu bieten. Trotzdem soll Kaffeegenuss mit harmonierenden Süßspeisen nicht zu kurz kommen. In der Bar Das LOFT interpretiert die Patisserie den Pariser Klassiker mit südfranzösischer Leichtigkeit in Form von drei kleinen und saisonal wechselnden süßen Köstlichkeiten. Das Paket kostet € 8,50 und besteht aus einem Kaffee Ihrer Wahl und drei Mini-Desserts. Die unvergleichliche Aussicht über die Wiener Innenstadt ist selbstverständlich inklusive. Im Das LOFT kommen aber nicht nur Genießer, sondern auch Nachtschwärmer auf Ihre Kosten. Im Loungebereich der beliebten Rooftop Location legen die DJ's Jürgen Drimal und Luis Figueroa des Radiosenders Superfly, live auf und sorgen für die passenden Tunes jeden Donnerstag ab 19 Uhr.





"Café Gourmand" et "LOFT in Music" au-dessus des toits de Vienne!

Depuis début octobre 2015, Das LOFT du Sofitel Vienna Stephansdom propose le « Café Gourmand » : un célèbre classique français. Autre nouveauté, le rendez-vous hebdomadaire « LOFT in Music » permet aux noctambules de finir la journée de la meilleure façon qui soit au-dessus des toits de Vienne.

e café gourmand est né en 2005 dans les brasseries parisiennes comme alternative aux desserts traditionnels. Plus léger, il se doit de rester néanmoins un vrai moment de douceur. Au bar Das LOFT, il est servi au prix de 8,50 euros et se compose d'un café au choix et de trois mignardises qui varient selon la saison. Le tout comprenant évidemment l'imprenable vue panoramique sur le centre-ville de Vienne. Un cadre unique de jour comme de nuit. C'est là que tous les jeudis à 19h, les DJ Jürgen Drimal et Luis Figueroa de la station de radio Superfly mixent en direct depuis le Lounge pour le plus grand plaisir des noctambules.

Kontakt I Contact : Sofitel Vienna Stephansdom Praterstrasse 1, 1020 Wien T: +43 1 90 616 8110 dasloft@sofitel.com www.sofitel-vienna-stephansdom.com www.dasloftwien.at

"Das Wichtigste ist die Gesundheit"

sanofi-aventis ist ein internationales Pharmaunternehmen mit weltweit über 110.000 Mitarbeitern und ist in mehr als 100 Ländern vertreten.

u den Kernkompetenzen des Unternehmens zählen Multiple Sklerose, Diabetes, Herz- und Stoffwechselerkrankungen, Onkologie, seltene Erkrankungen, Immunologie und Impfstoffe. Weltweit arbeiten 10.000 Forscher bei sanofi-aventis für das wertvollste Gut des Menschen – die Gesundheit.

Die österreichische Sanofi-Niederlassung mit Sitz in Wien zählt derzeit rund 100 MitarbeiterInnen. Der österreichische Markt ist von großer Bedeutung für das gesamte Unternehmen, da hier in zahlreichen klinischen Studien an der Weiterentwicklung von Medikamenten gearbeitet wird. Das Credo "Das Wichtigste ist die Gesundheit" gibt ganz klar das Ziel aller Unternehmensaktivitäten vor und daher initiiert sanofi-aventis in intensiver Zusammenarbeit mit anerkannten Spezialisten zahlreiche Projekte, die zur Verbesserung der Volksgesundheit beitragen sollen. So hat sanofi-aventis in Österreich z.B. die Erstellung des Cholesterinreport 2015 unterstützt. Des Weiteren stellt die Sanofi Stiftung den medizinischen Universitäten Wien, Salzburg, Graz und Innsbruck alljährlich einen namhaften Betrag zur Förderung von hervorragenden Forschungsarbeiten zur Verfügung. Seit Februar 2014 ist Mag. Sabine Radl Geschäftsführerin von sanofi-aventis in Österreich. Zuvor leitete sie für Sanofi Deutschland den Geschäftsbereich Commercial, der die Gesamtverantwortung für die etablierten Arzneimittel von Sanofi sowie die Generikasparte von Zentiva und die OTC Palette umfasst. 📁

Résumé:

anofi-aventis est une entreprise pharmaceutique internationale présente dans plus de 100 pays et forte de plus de 110 000 collaborateurs. Parmi ses compétences principales on compte la prise en charge de la sclérose en plaques, du diabète, des maladies cardiaques, des troubles du métabolisme, du cancer, des maladies



auto-immunes et le développement de vaccins. Non moins de 10 000 chercheurs dans le monde entier travaillent pour sanofi-aventis afin de garantir le bien le plus précieux de l'être humain : la santé. La filiale autrichienne de Sanofi implantée à Vienne emploie environ 100 collaborateurs. Le marché autrichien joue un rôle significatif pour le groupe car de nombreuses études cliniques réalisées en Autriche permettent de faire progresser la recherche médicamenteuse. Chez Sanofi, rien n'est plus important que la santé. Ce mot d'ordre imprègne l'ensemble des activités de l'entreprise qui s'engage activement pour l'amélioration de la santé publique. Depuis février 2014, Sabine Radl dirige sanofi-aventis en Autriche. Elle était auparavant à la tête du département commercial de Sanofi Allemagne qui regroupe tous les médicaments de Sanofi, de sa branche générique Zentiva ainsi que les médicaments en vente libre. 🥞 🍍

Kontakt I Contact :
sanofi-aventis GmbH Österreich
Dr. Anny Barkhordarian
Head of Market Access,
Public Affairs & Communication
SATURN Tower
Leonard Bernstein Strasse 10, 1220 Wien
T: +43 1 80185 – 1120
anny.barkhordarian@sanofi.com
www.sanofi.at



CONNECTONS NOS ÉNERGIES MIT VEREINTEN KRÄFTEN



Un homme de terrain Ein Mann auf dem Terrain

La CCFA a rendez-vous avec un manager rugbyman. Etant passé de l'ovalie au BTP, Bertrand Purel, Directeur Général VINCI Energies International East, dresse volontiers des parallèles entre les deux terrains. Portrait d'un convaincu de l'esprit d'équipe au service de la réussite des plus grands défis.

Die CCFA trifft einen Manager-Rugbyman. Zwischen Spielfeld und alltäglichem Arbeitsumfeld zieht Bertrand Purel, Geschäftsführer VINCI Energies International East, gerne Parallelen. Interview eines Vertreters von Teamspirit als Erfolgsgarantie der größten Herausforderungen.

« Le monde du BTP.

plus qu'un travail,

c'est un art de vivre. »

CCFA: Vous avez effectué l'ensemble de votre carrière dans le BTP dans différentes entreprises. Ces dernières années, vous avez évolué sur différents postes au sein de VINCI. Pouvez-vous nous en dire plus sur votre carrière? Pourquoi VINCI?

Bertrand Purel: Le BTP est avant tout le fruit d'un travail collectif où chacun, à sa place, fait profiter l'ensemble de son savoir-faire et de son expertise. Tous contribuent à la réussite collective. J'aime, et j'ai toujours aimé le monde du BTP, car plus qu'un travail, c'est un art de vivre, comme le rugby est pour beaucoup d'éducateurs « l'école de la vie ». Ayant joué

au rugby tant d'années avant de commencer à travailler, faire carrière dans le BTP a été pour moi le meilleur des prolongements. Dans le poste de « Manager », votre rôle essentiel est d'encadrer,

de former et de valoriser toutes vos équipes pour leur donner envie d'avancer et de se surpasser. Dans le monde du BTP, vous démarrez avec de simples responsabilités sur un chantier ou dans un bureau d'études et vous progressez à votre rythme passant de chantier en entreprise, d'entreprise en Direction.... Et vous avez l'occasion de pouvoir exercer votre profession localement, mais également partout dans le monde et pourquoi pas de découvrir différents corps de métier. Ainsi, en ce qui me concerne, j'ai démarré en Russie et en Ukraine, pour continuer en Allemagne puis revenir en France, avant de travailler aujourd'hui sur les pays d'Europe Centrale et d'Europe de l'Est, personnellement basé à Vienne. Après de nombreuses années dans le Gros-Œuvre (« le béton »), j'exerce depuis presque 10 ans mon métier chez VINCI Energies.

VINCI Energies est le pôle de VINCI qui intervient au service des collectivités publiques et des entreprises pour déployer, équiper, faire fonctionner et optimiser leurs infrastructures d'énergie, de transport et de communication, leurs sites industriels et leurs bâtiments. Nous sommes à la fois experts des domaines technologiques – énergie électrique, génie climatique et thermique, mécanique, technologies de l'information (ICT) – et expert des métiers de nos clients, et imaginons ainsi des solutions à haute valeur ajoutée. Le groupe VINCI est pour moi un parfait exemple pour s'accomplir. Avec son organisation décentralisée, où chacun

est autonome et responsable dans ce qu'il fait au sein de son équipe, VINCI apporte sa confiance aux managers et à ses collaborateurs, leur permettant ainsi de s'exprimer et de s'épanouir au profit d'un

projet commun et d'une réussite collective.

CCFA: Voici près d'un an que vous avez pris la direction de VINCI Energies pour la région Europe Centrale et Europe de l'Est. Quel bilan dressez-vous?

BP: C'est une région d'Europe qui propose un cadre de vie très agréable associé à de nombreuses opportunités de travail. Les besoins et les attentes des différents pays d'Europe Centrale et d'Europe de l'Est sont différents d'une zone géographique à l'autre, mais les besoins de développement d'infrastructures d'énergie et de communication restent importants et les projets fort nombreux. Bien sûr, l'Autriche occupe une place à part dans ce constat. Mais la force et la maturité de son économie peuvent être un atout pour notre développement, notamment autour des tech-



Bertrand Purel, côté privé :

Né le 1er novembre 1968 à Nancy

Situation familiale: Marié, 3 enfants mineurs

Formation : Ecole Centrale Paris 1992

HEC - CESA entraînement aux Responsabilités

Managériales 2008

Philosophie de vie : « il n'est de grandes réussites individuelles que celles qui trouvent leur source dans la réussite collective »

« carpe diem »

1 1

nologies « smart » ou nouvelles technologies, et dans le cadre de l'Industrie 4.0.

CCFA: Quels sont les défis actuels pour VINCI Energies sur la zone Europe Centrale et Europe de l'Est? De quelle manière, sur quels types d'activités êtes-vous présents dans ces pays?

"Hoch- und Tiefbau ist mehr als ein Arbeitsgebiet, sondern vielmehr eine Art zu leben."

Bertrand Purel

position géographique de la ville. VINCI Energies Österreich possède également ses bureaux dans la capitale autrichienne. Depuis 30 ans, Cegelec coopère avec les Wiener Linien. Quelles sont les dernières avancées

dans cette collaboration? BP: Effectivement, notre société Cegelec, qui regroupe 110 salariés, est basée à Vienne. Au fil des années, elle s'est diversifiée dans différents métiers : d'abord le transport urbain avec notamment les installations liées au métro pour Wiener Linien, le process industriel ciblé essentiellement sur les métiers de l'Energie et du gaz, la maintenance et enfin l'éclairage public. Et un tiers de nos effectifs travaille régulièrement toute l'année pour Wiener Linien au gré des appels d'offres que nous gagnions. Notre plus gros projet actuellement est l'extension de la ligne du U1 vers le sud de la ville. Je tiens par ailleurs à ajouter que pas loin de 300 salariés travaillent également à partir de Vienne dans notre filiale AXIANS ICT Austria sur des offres « clef en main » dans le domaine des infrastructures informatiques, du Cloud et des réseaux et enfin sur le développement d'applications et d'offres de service à partir et autour de l'ERP SAP. 🥞 🎉

Zusammenfassung:

Der Bereich des Hoch- und Tiefbaus spielt im Laufe von Bertrand Purels Karriere DIE entscheidende Rolle- stellt er für ihn doch mehr als nur ein Arbeitsgebiet, sondern vielmehr eine Art zu leben dar. Nach unterschiedlichen Karrierestationen in Russland, der Ukraine, über Deutschland und Frankreich, findet sich Bertrand Purel schließlich bei VINCI Energies Österreich in Wien ein. Als Sparte von VINCI beschäftigt sich VINCI Energies vorrangig mit der Optimierung der Infrastruktur im Bereich

Bertrand Purel, privat:

Geboren am 1. November 1968 in Nancy Familienstand: verheiratet, 3 Kinder Ausbildung: Ecole Centrale Paris - 1992 HEC- CESA Weiterbildung im Bereich Entrepreneurship - 2008

Lebensphilosophie: "Große individuelle Erfolge können nur durch gemeinsame Erfolge zustande kommen", "Carpe diem"



BP: Notre premier défi est classique: consolider nos positions actuelles pour pouvoir nous développer. Ceci semble être une évidence, mais les situations économiques, voire politiques de certaines zones géographiques doivent nous pousser à la plus grande prudence. Notre second défi consistera à identifier les opportunités de croissance externe pour renforcer notre présence, particulièrement dans les pays où VINCI Energies a déjà des implantations (Autriche, Pologne, République Tchèque, Slovaquie et Roumanie) et dans nos principaux domaines d'activité: infrastructures d'énergie, de l'industrie, du Facility Management et ICT.

CCFA: VINCI Energies est connu pour son engagement en faveur du développement durable. Pouvez-vous nous parler de projets actuels dans ce domaine?

BP: Dans notre domaine, lorsque l'on parle de développement durable, le grand public pense d'abord à l'environnement et aux énergies renouvelables. VINCI Energies intervient largement sur toutes ces expertises au gré des projets et des opportunités. Mais le développement durable est également social et sociétal et c'est là que réside notre plus grand challenge. Notre volonté et notre défi est de bâtir un Groupe organisé localement avec les forces vives des zones géographiques dans lesquelles nous sommes, et ce, à tous les échelons. Notre mode de développement basé essentiellement sur la croissance externe est un formidable levier en ce sens. Après, la promotion interne fait le reste.

CCFA: VINCI Energies International East, l'entité que vous dirigez, est implantée à Vienne pour les multiples avantages de la Energie, Transport und Kommunikation für die Industriestandorte und Firmengebäude von Unternehmen. Seit nunmehr fast einem Jahr hat M. Purel die Leitung von VINCI Energies für die Region Zentral- und Osteuropa inne. Er betont ebenso, dass es sich bei Zentral-und Osteuropa um eine besondere Region handelt, die neben angenehmen Lebensumständen auch vielversprechende Karrieremöglichkeiten zu bieten hat. Die Anforderungen und Erwartungen der unterschiedlichen Länder sind sehr divers. Gleichwohl sind der Bedarf an Infrastrukturen für Energie und Kommunikation essentiell und nachfragt. Österreich kommt in dieser Region eine besondere Rolle zugute, dessen Wirtschaftskraft vorteilhaft für die Entwicklung, vor allem im Bereich nachhaltige und neue Energien, ist. Die Herausforderungen für VINCI Energies in seiner Region sieht Bertrand Purel nicht nur in den gegenwärtigen politischen und ökonomischen Ereignissen, sondern auch darin, externe Wachstumsmöglichkeiten zu erschließen und dadurch die Präsenz in jenen Ländern zu verstärken, in denen VINCI bereits über Standorte verfügt. VINCI Energies Österreich verfügt ebenso über Büroräume in der Bundeshauptstadt Wien. Seit über 30 Jahren besteht die Kooperation zwischen Cegelec und den Wiener Linien. Neben diversen anderen Aufgabenbereiche, beschäftigt man sich unter anderem mit dem städtischen Transport und vor allem mit der Strom- und Gasversorgung und der Instandhaltung der U-Bahn, sowie um die öffentliche Beleuchtung. Das derzeit größte Projekt stellt die Verlängerung der U1 in den Süden Wiens dar. Gleichsam betont Bertrand Purel, dass rund 300 Angestellte in der Filiale AXIANS ICT Austria im Großraum Wien u.a. mit der Betreuung des Informatikbereiches, der Cloud und den Netzwerken betraut sind.



Willkommen im Business-Club

Bienvenue au Business-Club



Chers membres,

'est un panorama dense et varié que nous vous présentons dans cette édition avec les photos des événements de cet automne. Coup d'envoi en septembre avec la traditionnelle soirée de rentrée sponsorisée par l'entreprise de prévention médicale Prescan. A l'occasion d'un déjeuner au Park Hyatt quelques jours plus tard, Prescan a pu développer son offre de services personnalisés devant un public d'entreprises. En octobre, place à la culture. Le grand magasin STEFFL nous a ouvert ses portes pour la soirée d'inauguration de ses French Fashion Weeks. Dix jours plus tard et quelques mètres plus loin, nous suivions Dominique Meyer dans les coulisses de l'opéra pour une visite absolument unique. Enfin, novembre s'est ouvert sur une note économique avec un exposé passionnant de Nenad Pacek, expert de la région CEEMEA. Merci encore à tous nos partenaires pour leur soutien. Le dynamisme du club d'affaires est à l'image de ses membres! 🦈

Mathilde Aureau







Liebe Mitglieder,

n dieser Edition präsentieren wir Ihnen einen abwechslungsreichen und dichten Überblick unserer Herbstevents samt Fotos. Den Startschuss gab die traditionelle Soirée de rentrée, die durch das Unternehmen Prescan, das sich mit medizinischer Vorsorge beschäftigt, gesponsert wurde. Anlässlich eines Mittagessens im Park Hyatt konnte Prescan einige Tage später sein persönlich abgestimmtes Serviceangebot einer breiteren Öffentlichkeit von Unternehmern präsentieren. Im Oktober rückte die Kultur in den Mittelpunkt. Das Kaufhaus STEFFL öffnete seine Türen für die abendliche Eröffnungsfeier seiner French Fashion Weeks. Zehn Tage später und einige Meter weiter folgten wir Dominique Meyer hinter die Kulissen der Wiener Staatsoper um eine einzigartige Führung erleben zu dürfen. Schließlich, näherte sich der November und gab sich ganz im Zeichen der Wirtschaft mit einem mitreißenden Vortrag von Nenad Pacek, einem Experten der CEEMEA Region. Ich bedanke mich noch einmal bei all unseren Partnern für ihre Unterstützung. Die Dynamik des Business Club ist das Spiegelbild seiner Mitglieder.

Ihre Mathilde Aureau



23



Flexible Lösungen für

Ihr Business Development

Wir verbinden Kompetenzen

Mit MatchTHINK begleiten wir Sie bei der Umsetzung Ihres Projektes und unterstützen Sie bei der Auswahl, bei der Suche und bei der Ansprache Ihrer Business-Partner.

Portage Salarial

SERVITHINK stellt Ihre Mitarbeiter in Österreich ein.

EFA - l'Emploi Francophone en Autriche

SERVITHINK unterstützt Sie mit EFA bei Ihrer Suche nach französischsprachigen Mitarbeitern.



www.servithink.at www.servithink-hr.at www.match-think.at

- > Rechtssicherheit
- > Effektivität der Marktpenetration
- > Datenbank und Netzwerk von SERVITHINK
- > Proaktive Beratung
- > Österreichspezifische Markt- und Kulturkenntnisse



Herzlich willkommen Bienvenue

> Neue Mitglieder | Nouveaux membres

Atos IT Solutions and Services GmbH Siemensstraße 92, 1210 Wien Geschäftsführung / Direction: Dipl-Kfm. Ing. Johann Martin Schachner, Atos Country Manager Österreich Kontakt / Contact: Denise Giselbrecht, External Communication CEE denise.giselbrecht@atos.net

T: +43 50618-0 http://at.atos.net/ **Branche**: IT-Consulting



Geschäftsführung / Direction : Eric Bramoullé

Kontakt / contact : Isabelle Pierry T : +43 1 24 102 – 22860

office@bawagpskfonds.at www.bawagpskfonds.at **Branche**: Asset Management

■ LAFARGE CEMENT CE HOLDING GMBH

Gumpendorferstraße 19-21, 1060 Wien Geschäftsführung und Kontakt / Direction et contact: Antoine Duclaux antoine.duclaux@lafargeholcim.com

T:+43 1 588 89 0 www.lafarge.at **Branche:** Cement

■ LEAD'M

ZI portuaire Chemin des Ségonnaux 13200 Arles FRANCE

Geschäftsführung / Direction : Étienne Gasse

Kontakt / Contact : Philippe Gasse

T: +33 490 998 785 contact@leadm.eu www.leadm.eu

Branche: Déménagement, Relocation,

Facilty Management

RSM Austria Wirtschaftsprüfung GmbH

Mitglied des globalen RSM Netzwerks / Membre du réseau RSM Tegetthoffstrasse 7, 1010 Wien **Geschäftsführung und Kontakt** /

Direction et contact : Mag. Ingeborg Kyrle

Tel.: + 43 505 63 63 233 ingeborg.kyrle@rsm.at

www.rsm.at

Branche: Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Risk Advisory Services, Transaction Services, Immobilienmanagement / Audit, Conseil fiscal, Risk Advisory Services, Transaction Services, Management de l'immobilier







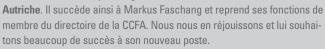




> Nouvelles têtes | Neue Köpfe

Dkfm. Klaus Fassbender ist seit 1. Oktober 2015 neuer Country Manager von L'ORÉAL Österreich. Er folgt damit Markus Faschang nach und übernimmt seine Funktion als Vorstandsmitglied der CCFA. Wir freuen uns sehr und wünschen ihm viel Erfolg in seiner neuen Rolle.

Depuis le 1er octobre 2015 **Klaus Fassbender** est le nouveau Country Manager de **L'ORÉAL**



Frédéric Naud folgt Jan-Gerd Hillens als Generaldirektor der RCI Banque für Österreich und die Schweiz nach. Glückwunsch! Frédéric Naud succède à Jan-Gerd Hillens en tant que Directeur général de la RCI Banque pour l'Autriche et la Suisse. Félicitations!





CHILDREN CITY - Die kunterbunte Kinderboutique: Spielsachen,
Deko und Möbel für Kinder. Exklusiv für die CCFA-Mitglieder! - 10%
CHILDREN CITY - La boutique multicolore pour enfants: jouets, accessoires et meubles. En exclusivité pour les membres de la CCFA! -10%
Children City, Schultergasse 4, 1010 Wien (Ecke Tuchlauben)
www.childrencity.at



Fort d'une présence dans plus de 23 pays,

l'Association pour le Progrès du Management (Apm) poursuit son développement international et a ouvert le 20 novembre 2015 un club conjointement à Vienne et Bratislava. L'Apm, un des leaders européens de

la formation des dirigeants par les dirigeants, permet aux chefs d'entreprise francophones de continuer à se perfectionner, à échanger et à garder une réflexion ouverte sur leur environnement dans le but de faire progresser durablement leur entreprise. Ils sont formés auprès d'experts de haut niveau : dirigeants de grands groupes, philosophes, sportifs, sociologues, historiens, scientifiques, etc.

Rejoindre L'Apm de Vienne et Bratislava est une opportunité pour s'oxygéner, prendre le temps d'échanger avec ses pairs, donner du sens à son action de dirigeant, regarder les choses autrement, innover, trouver des réponses à ses questions et surtout repartir après chaque rencontre avec une nouvelle idée. Pour en savoir plus, contactez Valérie Cevaër-Lechkine, animatrice du club Apm de Vienne et Bratislava : valerie.cevaer@hotmail.fr

FREYWILLE.COM | VIENNA WIEN Stephansplatz 5 · Albertinaplatz · Vienna Airport · Gumpendorfer Straße 81 · Tel. 01-599 25 450 shop.FREYWILLE.COM

PURE ART