



En 2009 la direction de HEIN fabricant de fours s'est prononcé contre une délocalisation du site de production de Strassen vers un tiers pays, ceci pour différentes raisons, entre autres pour garder notre savoir-faire sur place et le maintien des postes de travail au Luxembourg. Ce qui à court terme renforcera encore notre position économique actuelle.

Construction des nouveaux halls

Entre-temps le travail innovateur de HEIN a permis l'invention de 3 nouveaux fours au courant des 6 dernières années, dont la construction et stockage provoquaient un manque de place accru sur le site.

Afin de garantir la compétitivité internationale (la production annuelle de HEIN est exportée à 97%) et afin de pouvoir produire au top de la technologie, la construction de 2 halls supplémentaires, ainsi que l'acquisition entre autres d'une machine de découpe au laser et de 2 étagères de stockages automatisées, d'une capacité de plusieurs centaines de tonnes de matières premières, s'imposaient. Deux nouveaux ponts roulants à 10 tonnes de portée permettent maintenant un chargement aisé des fours et un déchargement des camions de matières premières tout en réduisant les risques pour le personnel.

L'enjeu écologique a joué un grand rôle lors de la construction des nouveaux halls et la transformation des bâtiments existants avec une isolation des façades, remplacement des vitrages simples contre des vitrages isolés, faux plafonds isolés dans les halls de productions, récupération des eaux pluviales pour le nettoyage, séparation des hydrocarbures et des boues. Ce n'est pas exclusivement une meilleure isolation thermique mais aussi un nouvel éclairage des halls et un système de filtrage de l'air qui ont permis une amélioration du climat de travail.

Après seulement 12 mois de construction, de démontage et remontage des lignes de production existantes, de montage et mise en service des nouvelles machines, HEIN a eu le plaisir de fêter avec les autorités officielles et locales, l'inauguration des transformations en même temps que son 130^{ème} anniversaire d'existence.

Travaux subventionnés par le Ministère de l'économie dans le cadre de « l'aide aux investissements », Monsieur Jeannot Krecké a félicité la direction, lors de son discours, de l'investissement de 7 millions d'euros permettant la modernisation de l'usine existante et l'agrandissement de la surface de production à 9000m². De même il a souligné la prouesse du personnel d'avoir su continuer la production des fours au cours et malgré les transformations. Monsieur Nicolas Schmit, Ministre du travail s'est montré enchanté du site de production de Strassen et a encouragé la Direction d'envisager la formation d'apprentis. Entre-temps HEIN est fier de pouvoir former un apprenti en mécatronique et un autre en serrurerie.



En novembre 2011 Hein a remporté le prix de l'environnement remis par la FEDIL (Fédération des industriels du Luxembourg).



Prix nationaux et internationaux

Entre-temps les innovations et inventions ont été récompensées par une multitude de prix nationaux et internationaux dont le principal: le prix de l'environnement remis par la FEDIL (Fédération des industriels du Luxembourg) en novembre 2011. Ce prix a été décerné pour le paquet « HEIN GREENPROVED »[®] regroupant différentes améliorations énergétiques, permettant une économie de 25% d'énergie primaire sur un four rotatif Luxrotor. À part un nouveau vitrage réfléchissant les rayons IR, une nouvelle isolation thermique et une technique d'isoler améliorée, un éclairage à base de fibres optiques haute température, une touche E+ sur la commande, c'est surtout le récupérateur de chaleur EcoStone[®] avec une économie de 17% qui permet au boulanger de réduire sensiblement les frais d'énergie.

Certes pas parfait, mais soucieux d'améliorer son comportement environnemental et de réduire l'impact négatif de la production des fours sur l'environnement, HEIN s'efforce avec succès, de réduire l'impact négatif de l'exploitation des fours sur l'environnement et en conséquence prend une influence positive sur les bilans énergétiques et environnementales des boulangeries. Il faut souligner que les clients commencent à saisir le message écologique et sont prêts à investir des sommes substantielles pour l'acquisition de fours venant d'une production plus écologique, bien évidemment tout en faisant le calcul de l'économie de l'énergie primaire à réaliser pendant la durée de vie du four.

Suivi par l'« Export Award » qui met en évidence le travail de développement des marchés Européens et les marchés de l'Europe de l'Est tels que la Pologne, la Hongrie, etc. En regardant les dimen-

1. 2. 3. L'enjeu écologique a joué un grand rôle lors de la construction des nouveaux halls et la transformation des bâtiments existants avec une isolation des façades, remplacement des vitrages simples contre des vitrages isolés, faux plafonds isolés dans les halls de productions, récupération des eaux pluviales pour le nettoyage, séparation des hydrocarbures et des boues.



L'« Export Award » met en évidence le travail de développement des marchés Européens et les marchés de l'Europe de l'Est tels que la Pologne, la Hongrie, etc.

sions du Grand Duché de Luxembourg tout en connaissant le nombre de fours produits annuellement par HEIN, avec un marché Luxembourgeois saturé en fours, il est évident que 97% de la production doivent être exportées, ce qui ne veut pas dire que les marchés Européens ont accueillis le fabricant de fours du petit Luxembourg à bras ouverts. Ce n'est qu'un travail à long terme, une qualité irréprochable des fours ainsi qu'un sens d'innovation et une technologie de pointe qui ont su et continuent à persuader les clients.

Esprit ouvert

Se faire un nom est chose difficile, demande un effort permanent et ceci aussi bien de la direction que du plus simple ouvrier en passant par les ingénieurs, les monteurs, apprentis et les vendeurs. Perdre un nom établi sur le marché Européen est facile et rapide. C'est pour cette raison que HEIN reste ouvert aux réactions et aux demandes de ses clients, scrute le marché national et international, essaie de garder un esprit jeune et innovateur afin de pouvoir répondre aux attentes et besoins réels des clients et futures clients.