

IFCC - L'Institut de Formation de la Chambre de Commerce



Institut de Formation
de la Chambre de Commerce

International

Grand succès pour la mission de promotion économique en Asie du Sud-Est

Chronique juridique

L'usage d'un signe portant atteinte à une marque antérieure

Economie

La situation économique au Luxembourg: Evolution récente et perspectives



to B or not to B ?

Là est la réponse!

L'annuaire B-to-B Inter Région est le 1er outil multi-fonctions pour les professionnels qui travaillent avec les professionnels au Luxembourg et dans la Grande Région.

Il vous permet de :

- mieux acheter,
- mieux vendre,
- développer votre réseau d'affaires,
- vous informer sur votre marché et vos concurrents,
- vous promouvoir auprès de vos clients, prospects et partenaires.



- Plus de **15.000** entreprises référencées
- **21.000** exemplaires de la version papier, CD-ROM inclus
- **116.000** visites sur le site en 2003 www.interregion.com
- **40%** des échanges frontaliers dans l'Union Européenne se réalisent dans la zone couverte par cet ouvrage

Disponible en 3 versions:

- Papier • CD-ROM • Internet

Demandez votre exemplaire gratuit auprès d'Editus ou directement sur Internet

www.interregion.com

ANNUAIRE
Inter Région  **B-to-B**

L U X E M B O U R G & G R A N D E R É G I O N

Demandez
votre exemplaire
GRATUIT*
* Hors frais d'envoi



L'IFCC: toujours plus à l'écoute des entreprises

Dans le cadre de son programme de réorganisation, entamé en 2002, la Chambre de Commerce franchit une nouvelle étape importante avec l'extension de ses activités de formation professionnelle continue. En effet, avec le lancement de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC), la Chambre de Commerce se dote d'un véritable organe de formation autonome ayant pour vocation de développer et de mettre en œuvre une politique de formation où la qualité prime. L'IFCC répond prioritairement aux besoins en formation exprimés par les entreprises luxembourgeoises. Les ressortissants de la Chambre de Commerce ont désormais à leur disposition un ensemble très complet de formations à forte valeur ajoutée pour le stagiaire.

Le but poursuivi par l'IFCC est de devenir un partenaire de choix pour les entreprises. Il s'agit de procurer, par le biais de la formation professionnelle continue, l'aide nécessaire aux entreprises pour dynamiser et garantir un niveau de qualification élevé des ressources humaines, une richesse essentielle pour toute organisation et pour l'économie.

Afin de se doter des ressources nécessaires pour concrétiser son programme de formation, l'IFCC a notamment élargi son réseau de partenaires académiques dans la Grande Région, réputés pour la qualité de leurs prestations dans les différents domaines enseignés. Il mobilise par ailleurs un réseau de quelque 250 formateurs luxembourgeois et étrangers triés sur le volet et experts dans leurs domaines d'enseignement.

L'offre de formation proposée par l'IFCC est variée et complète. Elle s'articule autour de trois types d'activités principales: une activité de formation liée à la création d'entreprise, une activité de formation liée à l'accès à la profession pour cafetier, commerçant, transporteur et une activité de formation professionnelle continue. Cette dernière constitue la pièce maîtresse du dispositif de formation de l'IFCC et regroupe trois pôles: le pôle «After Work Training Program» caractérisé par les cours du soir, le pôle «Formations de perfectionnement» et le pôle «Management d'entreprise pour cadres et dirigeants».

Dans la continuité de la modernité, l'IFCC a également développé son propre site Internet. Sa structure ergonomique permet au client de consulter une large offre en matière de formation et de s'inscrire en ligne sur www.ifcc.lu. Par ailleurs, il informe l'internaute des missions de l'IFCC, de ses partenaires et de la législation en vigueur en matière de «lifelong-learning» au Luxembourg.

Enfin, le tout nouveau Centre de Formation abrité par la Chambre de Commerce est un lieu moderne d'échanges, de rencontres et de réflexion. Ses 36 salles sont équipées de matériel de haute technologie et offrent un cadre idéal au bon déroulement des actions de formation.

Cette infrastructure unique au Luxembourg et en Grande Région témoigne de la volonté de la Chambre de Commerce de faire de la formation un de ses axes prioritaires de développement pour les années à venir.

Edito

- L'IFCC: toujours plus à l'écoute des entreprises
page 3

Dossier



L'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC)

Page 6

N° 2 - 2004

Editeur:

Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg
31, boulevard Konrad-Adenauer
Adresse postale: L-2981 Luxembourg
Tél.: 42 39 39-1
Fax: 43 83 26
E-mail: merkur@cc.lu
homepage: <http://www.cc.lu>

Paraît 10 fois par an

Tirage: 33 000 exemplaires
Reproduction autorisée avec mention
de la source. Copie à l'éditeur

Mise en page et impression:

Imprimerie Centrale S.A.

Publicité:

Imprimerie Centrale
Service Régie
Bureaux: 119, rue Adolphe Fischer
L-1521 Luxembourg
Tél.: (+352) 40 36 10-1
Fax: (+352) 40 36 10-228
E-mail: regie@ic.lu

Conception graphique:

Millenium - Bertrange

Crédit photographique:

MEV, Agence Blitz

Interna

- Pierre Gramegna reçu en audience
par S.A.R. le Grand-Duc Henri
page 12

International

- Grand succès pour la mission de
promotion économique en Asie du
Sud-Est
- Inauguration officielle de la
Chambre de Commerce belgo-
luxembourgeoise au Vietnam
page 14
- Témoignages d'entreprises
page 15
- Portrait: Chambre Française
de Commerce et d'Industrie
- Calendrier
page 16
- Foire du mois:
INDUSTRIE 2004 à Paris
- Luxembourg Promotion Day in Seoul
page 18
- Salon à l'Envers:
Une visite qui vaut la peine
- Fahren Sie mit uns
zur Hannover Messe 2004
page 19
- 3 au 7 mai 2004: Mission
économique au Cap Vert
page 20

- 6.-19. Mai 2004:
Unternehmerreise zur DRUPA –
Anmeldung jetzt möglich
- 3-4 June 2004: Asia Partenariat
2004 in Sri Lanka
page 21

- 2-4 juin 2004: Nouvelle édition
du salon Futurallia
- Erste Kooperationsbörse
„Health-Care“ der Großregion
page 22

- YES program: Commercial
export mission to Japan
- 7.-8. Dezember 2004: Neue
Export-Messe in Frankfurt/Main
page 23

- Le Cervin de Cristal: Grand prix
bisannuel du Business Club
Belgo-Luxembourgeois en Suisse
- Accord de Coopération avec
la Fédération des Chambres
de Commerce Chiliennes
page 24

- Gemeinsame Luxair-Cargolux
Veranstaltung in Budapest
page 25

- Messen und Ausstellungen
im April 2004
- Commerce Extérieur:
Collaboration avec le magazine
«Business Review»
- Taxe sur la valeur ajoutée:
Récupération de la TVA espagnole
page 26

- Exportations vers l'UE:
Nouveau site web
page 27

- Élargissement:
5 questions – 5 réponses
page 28

- L'Élargissement en bref
page 30

- Malte: Le pays candidat inconnu
- Élargissement de l'Union Européenne:
Utilisation des Carnets ATA
page 31

- Marché intérieur:
SOLVIT – Votre aide aux
difficultés sur le marché intérieur
page 32

- Internet: Le nom de domaine.eu
page 33

- Journées d'opportunités
d'affaires 2004
page 35

Formation

- De la demande au cahier des charges, en passant par le plan de changement
page 36
- Formation de perfectionnement pour salariés permanents des entreprises de travail intérimaire
page 42
- www.infpc.lu: Un site pour tout savoir sur le cofinancement de la formation professionnelle continue
page 44
- La formation continue de l'ingénieur et du cadre pour innover
page 45

Innovation

- 1,2,3, GO: En matière d'entrepreneuriat, la coopération interrégionale a le vent en poupe
page 46
- EUREKA: 7^e appel à projets ITEA
page 47
- Atelier sur la rédaction d'une proposition et la négociation d'un contrat
- European Innovation Award 2003: Distinction pour le professeur luxembourgeois Antoine Weis
page 48
- Partage de ressources informatiques: des expériences concluantes
page 50
- Information Technology Infrastructure Library: Service Compris
page 51
- Preliminary data about the results of the second IST call for proposals
page 53

Economie

- La situation économique au Luxembourg: Evolution récente et perspectives
page 54
- Accélération de la croissance du secteur des assurances
page 56
- Enseignements du Recensement de la Population au 15 février 2001
page 57

- Annuaire statistique 2003: 600 pages de données statistiques sur le Luxembourg
- Jeunesse et esprit d'entreprise: Indépendant oui, mais...
page 58

- Elargissement de l'Union européenne: Les perspectives financières et les politiques 2007-2013 pour l'Union élargie
page 59

- Tourisme: Une année 2003 meilleure que prévu
page 61

- Ministère de l'Economie: Premier numéro de «Perspectives de politique économique»
- Plan d'action: Entrepreneurship au Grand-Duché de Luxembourg
page 62

Législation et avis

- Articles 13 et 14 de la loi uniforme Benelux sur les marques: L'usage d'un signe portant atteinte à une marque antérieure
page 64
- Ecotaxe en Belgique: Nouvelle accise?
page 70
- Détachement transfrontalier de travailleurs: Modèle actualisé de la déclaration de détachement
page 71

Commerce

- Les commerces spécialisés de la Grande Région Saar-Lor-Lux: Le secteur du bricolage et des matériaux de construction
page 72

Fédérations/UEL

- 17 février 2004: Une délégation de la FEDIL reçue par le gouvernement
page 80
- 13 février 2004: Réunion du Conseil d'administration de la FEDIL
page 81
- Forum Femmes et entreprises: Créer son entreprise
page 82
- Horeca: Remise des certificats en accueil hôtelier
page 84

- 29 mars 2004: Journée Horesca 2004
- Ecotrel: une nouvelle structure pour gérer les déchets électriques
page 85

Tourisme

- EcoLabel Luxemburg: Anmelden bis 31. März!
- ONT: Parution d'un nouveau dépliant «Parcs et Jardins»
page 86

Actualités Entreprises

- En bref
- Sales-Lentz remporte le prix de la Chambre de Commerce
page 88
- LuXcommunications SA commercialisera ses services sous VOX.mobile
page 90
- Foralux obtient la certification ISO 9001/2000
page 91
- Diekirch Premium innove en lançant la première bouteille «Long Neck»
- Arcelor: Résultats annuels 2003 en progression
page 92
- La nouvelle édition de l'annuaire B-to-B Inter Région 2004 vient de sortir
- Carte de stationnement pour véhicules d'entreprises
page 93
- Girls' Day – Prendre son avenir en main
- Raval Europe inaugure une unité de production à Foetz
page 94
- 4 nouveaux portails thématiques pour l'emploi
- Nomination «Royal Warrant» pour les champagnes Pol Roger
page 95

Bourse d'entreprises

page 96

Liquidations

page 98

L'Institut de de la Chambre de

*Les nouveaux
Centre de
Conférences
et Centre de
Formation de
la Chambre de
Commerce
prêtent le
cadre idéal
pour le
déroulement
des forma-
tions de
l'IFCC*



Formation

Commerce (IFCC)

L'IFCC est l'organe de formation de la Chambre de Commerce du Luxembourg et a pour vocation de développer et de mettre en œuvre une offre de formation guidée par la qualité et parfaitement adaptée aux attentes et aux besoins exprimés par les entreprises. Situées au cœur du quartier Kirchberg, les 4 salles du Centre de Conférences et les 36 salles du Centre de Formation de la Chambre de Commerce prêtent le cadre idéal pour le déroulement des activités de formation proposées par l'IFCC.



L'offre de formation de l'IFCC peut être consultée sur www.ifcc.lu. Les inscriptions peuvent se faire en ligne

Par la création de son propre Institut de Formation, la Chambre de Commerce entend doter ses activités de formation d'une nouvelle dynamique, accompagnée d'une visibilité accrue, tout en renforçant son rôle de prestataire de services dans le domaine de la formation tout au long de la vie. L'ambition de l'IFCC consiste à placer les entreprises et leurs salariés en position de réussite par l'adaptation d'un processus continu de mise à jour et de développement des connaissances et des compétences. C'est en faisant réussir ses hommes que

l'entreprise construit son succès de demain et par conséquent sa pérennité économique.

■ Une équipe de formateurs performante

Une formation professionnelle continue de qualité requiert la mobilisation de formateurs experts dans leurs domaines ayant une excellente connaissance du monde de l'entreprise, bons pédagogues et animateurs enthousiastes. L'IFCC s'est construit un important réseau de formateurs luxembourgeois et étrangers qui



Vue extérieure sur salle de formation au rez-de-jardin



3 tailles de salles sont à disposition: les petites salles pour 10 personnes, les salles moyennes pour 14 personnes et les grandes salles pouvant accueillir de 32 à 56 personnes



Toutes les salles de formation sont équipées d'un matériel didactique de la dernière génération



aiment partager leurs connaissances et leur expérience du terrain avec les stagiaires, quel que soit le profil professionnel de ces derniers.

Des conventions de coopération ont été conclues avec des partenaires académiques issus de la Grande-Région et reconnus pour leur expertise dans les divers domaines enseignés: management d'entreprise, gestion et développement des ressources humaines, finance, marketing, commerce extérieur et management international et bien d'autres.

■ Une offre de formation riche et variée

L'IFCC propose aux entreprises et aux particuliers un large éventail de services gravitant autour de la formation professionnelle continue. Son champ d'activités se distingue par une offre de formation caractérisée par des programmes pratiques à forte valeur ajoutée conçus par des professionnels pour des professionnels et proche des attentes de l'entreprise.

La maîtrise de la conception des actions de formation est une constante indissociable de la qualité de nos formations et le garant d'un transfert assuré des expertises vers les clients. L'offre de formation de l'IFCC se caractérise par une approche qualitative axée sur les besoins en formation du client.

De manière plus précise les prestations de l'IFCC regroupent les points forts suivants:

- Un conseil personnalisé pour toute question touchant à la formation professionnelle continue



Les nouvelles salles de formation se distinguent par leur modernité, convivialité et tranquillité

L'IFCC accueille ses clients dans des salles lumineuses et éclairées

- Une compétence reconnue en matière d'ingénierie de formation
- Une démarche professionnelle dans le développement et l'organisation de formations
- Des formations intra-entreprise sur mesure
- Des formations spécifiques pour créateurs et repreneurs d'entreprise
- Des formations d'initiation à la profession de cafetier, commerçant et transporteur
- Une large palette de cours du soir regroupée sous le label «After Work Training Program»
- De multiples formations pour employés, cadres et dirigeants d'entreprise telles que séminaires, ateliers et cycles de formation modulaire
- L'animation d'un club des responsables de formation

■ Centre de Conférences et de Formation

Situées au cœur du quartier Kirchberg, les 4 salles du Centre de Conférences et les 36 salles du Centre de Formation de la Chambre de Commerce prêtent le cadre idéal pour le

déroulement des activités de formation proposées par l'IFCC. Equipées d'un matériel didactique de la dernière génération, les salles offrent tout le confort nécessaire au succès des formations et peuvent accueillir des groupes de taille variable.

Le nouveau Centre de Conférences et de Formation de la Chambre de Commerce constitue l'instrument indispensable pour une mise en œuvre efficace du programme de formation de l'IFCC.

L'IFCC est agréé en qualité d'organisme de formation au sens de l'article 2 de la loi modifiée du 22 juin 1999, ayant pour objet le soutien et



Clarté des lignes et luminosité caractérisent également les étages administratifs de l'IFCC



La grande salle du Centre de Conférences est actuellement en voie d'achèvement



le développement de la formation professionnelle continue. De ce fait, les entreprises recourant à son offre peuvent obtenir une aide étatique de 10 % net du coût total de l'investissement en formation professionnelle continue.

L'IFCC est dirigé par un Comité de direction qui a pour mission principale de développer et de mettre en œuvre la stratégie de développement, de gérer le budget annuel et de veiller à garantir aux actions de formation un niveau de qualité élevé. Il est entouré dans sa mission par une équipe de collaborateurs expérimentée ayant une excellente connaissance du terrain et animée par une motivation majeure: répondre et satisfaire aux intérêts des clients! ■

Pour tout renseignement: IFCC,
tél.: +352 42 39 39-220,
fax: +352 42 39 39-820,
e-mail: info@ifcc.lu,
site: www.ifcc.lu

Nouveau siège de la Chambre de Commerce

Inauguration officielle

le 21 avril 2004



L'inauguration officielle du nouveau siège de la Chambre de Commerce aura lieu le mercredi 21 avril 2004 en présence de S.A.R. le Grand-Duc Henri.

■ Journée «portes ouvertes» le 24 avril

Une journée «Portes ouvertes» sera organisée pour le grand public le samedi 24 avril 2004. Lors de cette journée, le public aura l'occasion de visiter entre 9h00 et 17h00 le nouvel immeuble, situé au 7 rue Alcide de Gasperi à Luxembourg-Kirchberg et pourra se renseigner sur les mul-

tiples activités de la Chambre de Commerce.

Des portes ouvertes seront en outre organisées par la FEDIL et la CLC les 22 et 23 avril 2004.

De plus amples informations sur le programme et le déroulement des festivités seront communiquées dans la prochaine édition du Merkur.



*Vue extérieure
nuit sur le
nouvel
immeuble de
la Chambre
de Commerce,
qui abrite au
rez-de-jardin
le Centre de
Conférences
et le Centre
de Formation*

Centre de Conférences et Centre de Formation



Situées au plein cœur du quartier Kirchberg, les 4 salles du Centre de Conférences et les 36 salles du Centre de Formation de la Chambre de Commerce offrent sur plus de 6.500 m² un cadre exceptionnel pour conférences, formations, réunions de travail et réceptions.

Facilement accessible par voiture (parking souterrain) et transport public, le Centre de Conférences et le

Centre de Formation se trouvent à proximité du centre-ville, de l'aéroport, des hôtels et des grands axes autoroutiers.

Equipées d'un matériel didactique de la dernière génération (projecteurs, DVD, cabines de traduction, etc.), les salles offrent tout le confort nécessaire au succès des réunions et peuvent accueillir des groupes de taille variable.

Les organisateurs ont le choix de faire servir déjeuners et dîners dans un des restaurants de la Chambre de Commerce ou de faire appel à un service catering. Le grand lobby du Centre de Conférences, les espaces détente, la cafétéria et le cybercafé du Centre de Formation accueillent les visiteurs entre les séances de travail et de formation. ■

Pour toute information
ou réservation de salle:
Centre de Conférences
et de Formation
tél.: 42 39 39 240.

28 janvier 2004

Pierre Gramegna reçu en audience par S.A.R. le Grand-Duc Henri

Dans le cadre de son entrée en fonction comme directeur de la Chambre de Commerce, Monsieur Pierre Gramegna a été reçu le 28 janvier 2004 en audience par S.A.R. le Grand-Duc Henri. Pierre Gramegna a succédé en septembre 2003 à Monsieur Paul Hippert, qui a dû céder son poste pour des raisons de santé. Lors de sa visite au palais grand-ducal Pierre Gramegna a présenté au Grand-Duc la nouvelle structure de la Chambre de Commerce, qui est aujourd'hui composée de 4 départements offrant une très large panoplie de services.

Le «Département Création et Développement des Entreprises» a pour principale mission la promotion de l'esprit d'entreprise et le conseil et l'assistance aux entreprises. Le nouvel «Espace Entreprises» réunit en un seul endroit et dans un espace convivial toutes les

informations, les conseils et les services relatifs à la création ou au développement de l'activité économique.

Le Département Economique de la Chambre de Commerce a pour mission d'observer et d'analyser l'environnement économique en évaluant les actions politiques et l'environnement structurel par des enquêtes, études de compétitivité et études sectorielles. Le Département réalise également des analyses conjoncturelles en collaboration avec des instituts nationaux ou internationaux et est chargé de promouvoir un cadre propice au développement économique. Il prépare les avis de la Chambre de Commerce sur les projets et propositions de loi et émet des recommandations. Il soutient par ailleurs la promotion du Luxembourg comme terre d'investissement.

Une des premières missions du Département International de la Chambre de Commerce est d'accompagner les entreprises sur les marchés étrangers. Une autre mission importante est la mise à disposition d'informations sur les marchés étrangers. Pour faciliter le développement des entreprises luxembourgeoises sur ces nouveaux marchés, le Département International encourage fortement la mise en relation d'entreprises nationales avec des entreprises étrangères. Font également parties de ce département l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI (EIC) et l'Office du Ducroire.

Finalement, le Département Formation de la Chambre de Commerce encourage les entreprises à s'engager dans un processus continu d'amélioration des connaissances et des compétences de leurs ressources humaines par la formation professionnelle continue. Le lancement de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce répond à cet objectif.

Pierre Gramegna a informé S.A.R. sur les défis à venir de l'économie luxembourgeoise et les ambitions de la Chambre de Commerce. Le nouvel immeuble de la Chambre de Commerce, qui abrite un Centre de Conférences et un Centre de Formation avec 36 salles équipées d'un matériel didactique de la dernière génération, contribuera à la compétitivité de l'économie luxembourgeoise.



S.A.R. le Grand-Duc Henri a reçu en audience le directeur de la Chambre de Commerce, Pierre Gramegna

Photo: Anouk Antony



SUPER ÉQUIPEMENTS ET SUPER PRIX

DÉCOUVREZ LA SÉRIE SPÉCIALE *Business*

XSARA PICASSO 1.6 HDi 110 CH *Business*

€ 16.000 HTVA⁽¹⁾

NEW:
MOTEUR 1.6 HDi
de 110 ch

De série

- ABS avec répartiteur électronique de freinage et aide au freinage d'urgence, ESP
- 4 airbags: 2 frontaux + 2 latéraux
- Système Radio CD avec commandes au volant
+ système de guidage embarqué + écran monochrome
+ CD-rom Benelux
- Air conditionné manuel
- Peinture métallisée



C5 2.0 HDi 110 CH *Business*

€ 17.200 HTVA⁽¹⁾

De série

- Radio CD, GSM intégré, reconnaissance et synthèse vocale, GPS, écran monochrome + CD-rom Benelux
- ABS avec répartiteur électronique de freinage et aide au freinage d'urgence
- Airbags conducteur et passager avant adaptatifs
- Airbags rideaux à l'avant et à l'arrière et airbags latéraux à l'avant
- Air conditionné automatique (séparé droite et gauche)
- Peinture métallisée



Aussi disponible en **BREAK** à € 18.200 HTVA⁽¹⁾

C8 2.0 HDi 110 CH *Business*

€ 20.800 HTVA⁽¹⁾

De série

- Radio CD, GSM intégré, reconnaissance et synthèse vocale, GPS, écran monochrome + CD-rom Benelux
- ABS avec répartiteur électronique de freinage et aide au freinage d'urgence
- Airbags: 2 frontaux + 2 latéraux pour places AV
+ rideaux rangs 1, 2 et 3
- Air conditionné régulé gauche/droite en température (rang 1) et débit d'air (rang 2)
- Peinture métallisée



Conditions Fleet avantageuses dès l'achat de la première Citroën.

Pour en savoir plus,

contactez le Service Fleet Etoile Garage: 40 22 66 315

Garage Autopol: 81 18 65 1.

(1) Offre spéciale Fleet (hors frais de contrôle technique et d'immatriculation) réservée aux sociétés, sur les séries Business, valable du 15/03/2004 au 15/05/2004 sous réserve de modification du prix catalogue et dans les points de vente participant à l'opération. Offre non cumulable avec les autres promotions en cours.

2 ANS DE GARANTIE TOTALE pièces et main-d'œuvre - **12 ANS DE GARANTIE ANTI-CORROSION** valable sur tous les véhicules particuliers de la gamme. Les véhicules illustrés peuvent présenter des différences avec les descriptifs des véhicules commercialisés en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg. Consommation mixte (l/100 km)/émissions de CO₂ (g/km): Xsara Picasso: 4,9 /131; C5: 5,6/147; C8: 7,2/189. Document non contractuel.



DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

CITROËN préfère TOTAL

www.citroenfleet.be

9 au 20 février 2004

Grand succès pour la mission de promotion économique en Asie du Sud-Est

Du 9 au 13 février une délégation d'hommes d'affaires représentant Arcelor International, Cargolux, Banque et Caisse D'Epargne de l'Etat, Dometic, IEE et Sisto Armaturen s'est rendue en Asie du Sud-Est à la recherche de nouvelles opportunités d'affaires.

La mission économique a été officiellement lancée par un séminaire auprès de la fédération des industriels malais (FMM) à Kuala Lumpur, capital de la Malaisie.

Lors de cet événement une présentation sur les atouts du Luxembourg comme partenaire commercial d'excellence et site industriel a été présenté aux hommes d'affaires malais. En marge de ce séminaire

des contacts commerciaux avec des partenaires potentiels ont été organisés pour les entreprises luxembourgeoises par la fédération locale.

La première journée de la mission en Malaisie était clôturée par une réception offerte par le chargé d'affaires du Grand-Duché de Luxembourg à Kuala Lumpur. Des représentants du corps diplomatique et du monde des affaires étaient présentés aux membres de la délégation luxembourgeoise.

Le lendemain la délégation était invitée au «Multimedia Super corridor; MSC» qui est le plus grand projet du niveau mondial dans les secteurs de la technologie de l'information et de la communication (NTIC).

La mission économique s'est poursuivie à Bangkok, Thaïlande, où un dispositif organisationnel a été offert aux entreprises luxembourgeoises afin de faciliter l'entrée en relation avec les entreprises thaïlandaises.

Le 12 février un séminaire à l'hôtel Oriental a été organisé par la Belu-thai (Chambre de Commerce belgo-luxembourgeoise pour la Thaïlande) en collaboration avec la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg. Lors de cet événement Monsieur Philippe ANNEY, «Chief representative» de la Worldbank en Thaïlande, a exposé dans sa présentation, «The Thai economy, is the sky the limit?», les atouts et les limites de l'économie thaïlandaise. ■

*D.g. à d. :
S.E. M. Marc Ungeheuer, Ambassadeur du Luxembourg au Vietnam,
S.E. Mme Lydie Polfer, Vice-Premier Ministre et Ministre des Affaires Etrangères,
S.E. M. Dr Nguyen Thien Nhan, Vice-Président du Comité Populaire de Ho Chi Minh-Ville,
M. Dominique Lasser, Consul Honoraire de la Belgique,
Monsieur Edward De Man, Président de la CC belge au Vietnam,
M. Pierre Gramegna, Directeur de la Chambre de Commerce*

19 février 2004

Inauguration officielle de la Chambre de Commerce belgo-luxembourgeoise au Vietnam

La mission économique au Vietnam, qui s'est déroulée du 16 au 20 février 2004 dans le cadre de la visite officielle de Mme Lydie Polfer, Vice Premier Ministre et Ministre des Affaires Etrangères, s'est

achevée par la cérémonie officielle de la création de la Chambre de Commerce belgo-luxembourgeoise au Vietnam. La signature entre Monsieur Pierre Gramegna, Directeur Général de la Chambre de Commerce du G-D de Luxembourg, et Monsieur Edward De Man, Président de la Chambre de Commerce Belge au Vietnam, a eu lieu à Ho Chi Minh-Ville, poumon économique du Vietnam et siège de la nouvelle Chambre.

La signature a eu lieu en présence de Mme Polfer, ainsi que de S.E le Vice Président du Comité Populaire de Ho Chi Minh-Ville, Dr. Nguyen

Thien Nhan. Cette nouvelle Chambre permettra aux entreprises luxembourgeoises de trouver un point d'ancrage stable et une source d'information et d'assistance pour étendre leurs activités sur le marché vietnamien. L'expérience et le savoir-faire de la Chambre belgo-luxembourgeoise au Vietnam facilitera aux entreprises vietnamiennes la recherche de partenaires potentiels pour s'épanouir sur ce marché en pleine expansion.

Cet événement a conclu la mission économique menée par le Ministre des Affaires Etrangères et du Commerce Extérieur Madame Lydie Polfer



en République Socialiste du Vietnam. La délégation commerciale composée des entreprises Arcelor, Paul Wurth, Cargolux, SES Astra, Secalt, Dometic, Luxcommodities et Anthee, a été menée par des représentants de la Chambre de Commerce au G-D Luxembourg ainsi que de la FEDIL. Tout au long de la visite, les entreprises luxembourgeoises ont eu maintes occasions de rencontrer des partenaires potentiels vietnamiens et de créer les liens qui renforceront les relations économiques et commerciales entre le Luxembourg et le Vietnam.

Durant son séjour au Vietnam, Madame Lydie Polfer a eu des entretiens fructueux avec son homologue S.E. Nguyen Dy Nien, ainsi qu'avec le Premier Ministre Phan Van Kai. Ses rendez-vous politiques se sont ache-

vés par l'entretien avec le Président de la République Socialiste du Vietnam, S.E. Tran Duc Luong. A côté des sujets politiques et de l'actualité internationale, les discussions ont notamment porté sur les moyens de renforcer des liens économiques et commerciaux entre le Luxembourg et le Vietnam. Ainsi, Madame le Ministre a également pu s'entretenir avec les Ministres des Postes et Télécommunications, de l'Industrie et du Commerce.

Lors de la réunion avec le Ministre des Postes et Télécommunications, le projet de lancement d'un satellite de télécommunication a été longuement discuté, offrant de réelles perspectives pour les représentants de SES Astra présents lors de l'entretien, de trouver un cadre d'entente et de coopération avec le Vietnam dans la réalisation de ce projet ambitieux.

Accompagnée des représentants d'Arcelor et de Paul Wurth, Madame le Ministre a signé un Memorandum of Understanding avec le Ministre de l'Industrie du Vietnam. Ce Memorandum permettra de poser les bases d'une coopération renforcée entre les deux pays, notamment dans le domaine de l'industrie sidérurgique.

Enfin, Madame le Ministre a tenu à rappeler le soutien du Luxembourg à l'adhésion du Vietnam à l'Organisation Mondiale du Commerce, adhésion qui confirmera l'intégration du Vietnam dans l'économie mondiale.

Grâce à cette visite officielle accompagnée d'une mission économique d'envergure, les bases sont jetées pour dynamiser les échanges commerciaux entre le Luxembourg et le Vietnam.

Mission de promotion économique en Asie du Sud-Est

Témoignages d'entreprises

Arcelor International a approfondi ses contacts notamment avec l'industrie offshore, consommateur de poutrelles en qualités spéciales, et avec le secteur génie civil, consommateur de palplanches, desservi par une entreprise stockiste locale.

Depuis le premier vol à Kuala Lumpur, il y a près de 30 ans, Cargolux a établi un lien régulier entre Luxembourg et la Malaisie. Le nombre de vols a été augmenté ces dernières années à 6 vols réguliers par semaine. Kuala Lumpur est devenu une des destinations privilégiées en Asie de Sud-Est. Cargolux entend encore étendre ses activités en tenant compte des développements anticipés des flux de fret.

La société Dometic, active en Malaisie depuis 1995 dans le domaine du froid médical, exporte à destination des hôpitaux et laboratoires, des réfrigérateurs pour la conservation de médicaments, de sang, des vaccins et des congélateurs très basse température pour la conservation du plasma. La part du marché de Dometic en Malaisie, dans le domaine du froid médical, est supérieur à 60 %. La plus belle réalisation est sans doute l'équipement du nouveau «National Blood Center» de Kuala Lumpur en banques de sang et en congélateurs -30 et -80 C. Cette réalisation constitue pour Dometic une vitrine pour tout le monde asiatique.

International Electronics & Engineering (IEE), la société luxembour-

geoise active dans le domaine de la sécurité automobile liée à l'airbag et à la ceinture de sécurité, est déjà très impliquée en Asie, notamment en Corée, où elle a établi, il y a un an, ses quartiers généraux pour la région Asie Pacifique. Dans le cadre de la mission luxembourgeoise en Malaisie, IEE a recherché un distributeur potentiel pour faire la promotion de ses produits auprès des deux constructeurs malaisiens de voitures, PROTON et PERODUA.

Après l'extension de l'usine à Echternach, Sisto Armaturen a profité de la mission économique pour améliorer ses activités existantes en Malaisie et pour trouver de nouveaux agents dans l'industrie chimique et pharmaceutique. Actuellement Sisto Armaturen a des clients à Taiwan, en Corée et à Singapour. Durant la mission en Malaisie Sisto Armaturen a noué d'excellents contacts avec les entreprises malaises.

Portrait

Chambre Française de Commerce et d'Industrie



Monsieur
Martial de
Calbiac,
Président
de la CFCI

A Luxembourg, de nombreuses entreprises luxembourgeoises entretiennent des relations commerciales ou ont des liens économiques avec la France.

Pour renforcer les relations franco-luxembourgeoises et répondre aux besoins manifestés par un grand nombre d'entreprises, la Chambre

Française de Commerce et d'Industrie a été créée en 1997 sous forme d'ASBL.

La CFCI a pour objet:

- de développer les échanges commerciaux et industriels entre la France et le Luxembourg;
- d'encourager et faciliter les transactions commerciales et industrielles franco-luxembourgeoises;
- de promouvoir les intérêts mutuels de ses membres;
- de servir de plate-forme pour les contacts entre les entreprises françaises et luxembourgeoises;
- de développer la coopération régionale (région Saar-Lor-Lux);
- et d'aider les P.M.E. et les P.M.I. françaises dans leurs efforts de prospection du marché luxembourgeois et réciproquement.

La Chambre se veut avant tout un lieu d'accueil et de contacts pour les dirigeants des entreprises de toutes tailles.

■ Les activités de la CFCI

La CFCI est gérée par un conseil d'administration élu parmi ses adhérents, chacun pour un mandat d'un an renouvelable. Ses activités sont animées et coordonnées par un bureau exécutif de sept membres. L'Ambassadeur de France à Luxembourg est, de droit, membre d'honneur. Son président actuel est Monsieur Martial de CALBIAC, réélu pour un troisième mandat lors de la dernière Assemblée Générale en juin 2003.

LA C.F.C.I. organise principalement deux types d'activités: les «croisants de la Chambre» et les déjeuners.

Les «Croisants de la Chambre»

Au cours d'un petit déjeuner mensuel, un sujet d'actualité fait l'objet d'un développement par un spécialiste généralement choisi parmi les membres. Les thèmes abordés sont variés et originaux. Les interventions couvrent tous les pans du commerce et de l'industrie. Les plus récents thèmes retenus ont été par exemple:

- «Recommandation, archivage et sécurisation du courrier électronique» présenté par Maître Vincent BELCOLORE, Monsieur Laurent MATHIOT et Monsieur Jean-Marie NICOLAS (THYBRIS) en octobre.
- «La formation continue en France: un exemple, le CNAM Lorraine» avec Monsieur Jean-Claude BOULY (CNAM Lorraine) en décembre.
- «Les technologies de la biométrie», sujet développé par Monsieur Charles MANDICA (STERIA) le mardi 13 janvier 2004.
- «Architecture sub-aquatique et environnement» avec Monsieur Sylvain GARNIER, architecte (mardi 9 mars 2004).

Les déjeuners et soirées

Plusieurs fois par an, une personnalité du monde économique ou politique vient apporter, au cours d'un déjeuner, son point de vue sur un sujet d'intérêt général.

Se sont ainsi succédé comme orateurs depuis quelques années plusieurs ministres, hauts fonctionnaires, intellectuels et chefs de grandes entreprises du Grand-Duché.

Des soirées sont également proposées, comme, en février 2003: «Le théâtre d'entreprise» ou une conférence-cocktail, prévue en avril 2004 avec Monsieur Claude FRISONI (CCRN) dans l'Abbaye de Neumünster.

Enfin, la CFCI est aussi partie prenante dans l'organisation de manifestations conjointes avec d'autres

Calendrier

Mars

22.-24. 03

Luxembourg Promotion Day
in Seoul, South Korea

24. 03

Euro-India Partenariat 2004
(secteur IT), New Delhi, India

Avril

15. 04

Séminaire TUNISIE

21. 04

Business forum in Qingdao,
China (automotive sector)

Mai

3.-7. 05

Mission de promotion
économique au Cap Vert

Juin

3.-4. 06

EU-Sri Lanka Partenariat 2004

Chambres ou organismes similaires (déjeuner avec Messieurs Juncker et Grethen, en association avec les Chambres de Commerce Internationales, déjeuner avec Monsieur Hubert Védrine en association avec les Conseillers du Commerce Extérieur).

■ Les publications

L'annuaire

L'annuaire présente les entreprises membres de la Chambre ainsi qu'un descriptif de leur activité. Il constitue un outil pratique pour les contacts. Il est diffusé gratuitement auprès des Chambres de Commerce locales et régionales de la région Saar-Lor-Lux et mis à jour tous les deux ans.

Eco-Echo

Le nouveau magazine: Eco-Echo sortira pour la première fois début 2004. Distribué dans le réseau des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie partout dans le monde,

ainsi qu'auprès d'organismes Français et Luxembourgeois, il se veut un outil de communication efficace et convivial de promotion.

■ Une ouverture sur des réseaux

La Chambre Française a développé des liens avec ses homologues du Grand-Duché, et notamment la Chambre de Commerce de Luxembourg.

Elle propose des manifestations conjointes, à l'instar des déjeuners annuels organisés avec les neuf autres chambres de commerce internationales et déjà cités.

L'activité de la Chambre se fait en collaboration avec les 180 chambres locales (CCI) et régionales (CRCI) de Commerce et d'Industrie en France.

La Chambre est membre de l'UCCIFE (Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger), qui, forte de 24.000 entreprises, forme le premier réseau privé

français de sociétés dans le monde. L'UCCIFE, avec 610 collaborateurs permanents, constitue un réseau sans égal de relations, de contacts et d'opportunités d'affaires, dans 86 Chambres Françaises implantées à l'international.

Courant 2^e trimestre 2004, les bureaux de la CFCI seront transférés dans le nouveau bâtiment de la Chambre de Commerce de Luxembourg, sur le plateau du Kirchberg.

Pour nous contacter:
Béatrice Verdickt
Chambre Française de Commerce
et d'Industrie au Grand-Duché
de Luxembourg
C/o Centre d'Affaires ATEAC
46A, Avenue J.F. Kennedy
L-1855 Luxembourg
Mail: cfcic@cfci.lu
Téléphone: + 352 26 20 37 65
Télécopie: + 352 26 00 58 11

The International Department will present in the following MERKUR publications, the various bilateral Chambers of Commerce incorporated in Luxembourg or abroad and representing Luxembourg and/or Belgium business interest in foreign countries. Should you conclude that any of the presented Chambers covers a territory of particular interest to you, we kindly ask you to contact the person of contact of the respective Chamber or contact Mrs. Viviane Hoor by phone 42 39 39-315, fax 43 83 26 or e-mail viviane.hoor@cc.lu.

Kompetenz im Hallenbau

Wir von Brüninghoff planen und bauen seit beinahe 30 Jahren für die unterschiedlichsten Branchen in Deutschland. Das heißt: 30 Jahre tägliche Problemlösung, Planungsleistung, Fertigungskompetenz in Holzleim-, Stahl- und Fertigbetonbauweise, Bauleitung und Projektmanagement. In diesen Jahren wurden Bauvorhaben für Industrie und Gewerbe sowie Sportstätten und landwirtschaftliche Gebäude erfolgreich geplant und bis zur schlüsselfertigen Übergabe begleitet.

Für uns ist eine Planung nur gut, wenn die gewählten Baustoffe aus Holz, Stahl oder Stahlbeton, die Konstruktion und die Funktionalität auf lange Sicht den Erwartungen unserer Bauherren entsprechen. Die Basis dafür ist eine ausreichende Planungstiefe. Wir planen nicht nur wirtschaftlich im Sinne einer sparsamen Verwendung von Baumaterialien oder optimierter Grundrisse, sondern denken auch an die späteren Betriebskosten der Projekte. Eine kurze Bauzeit durch präzise Ausführungsplanung,

perfekte CAD-Planung des Objektes, hohe Vorfertigung von Fertigteilen und Bauelementen, Herstellung auf modernsten CNC-Fertigungsanlagen im eigenen Betrieb, die umfassende Bauleitung sowie permanente Kostenverfolgung und Kontrolle aller Arbeitsabläufe während der gesamten Realisierungsmaßnahme sind für uns wesentliche Maßnahmen für einen wirtschaftlichen Bauverlauf und eine reibungslose Montage. Das ergibt die Sicherheit für den schlüsselfertigen Hallenbau.

Auf uns kann man sich verlassen. Bei uns kommt alles aus einer Hand. Nahezu 200 kompetente Mitarbeiter in allen Bereichen engagieren sich für Sie. Und wir wissen, worum es geht und worüber wir sprechen. Das alles macht uns zu kompetenten Partnern im Hallenbau.

Unser Ziel ist es, Ihr Vertrauen zu gewinnen.



Brüninghoff

Holzleimbau
Zimmerei
Beton- und Stahlbau
Fertigbauteile
Schlüsselfertiges Bauen

Industriestraße 14 · D-46359 Heiden/Westfalen · Postfach 11 63 · D-46355 Heiden/Westfalen
Tel. +49 (0) 28 67/97 39-0 · Fax +49 (0) 28 67/97 39-900 · Internet: www.brueninghoff.de · E-Mail: info@brueninghoff.de

22 au 26 mars

Foire du mois:

INDUSTRIE 2004 à Paris



Du 22 au 26 mars le salon INDUSTRIE se déroulera à Paris au Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte. Le salon est l'événement européen incontournable

assemblant 8 salons industriels au même moment dans un même endroit.

Le salon présente une offre complexe sur les thèmes suivants: Machine-outils, outils, soudage/découpage, robotique, assemblage/montage, composants pneumatique/composants hydrauliques/transmissions mécaniques/mécatronique, informatique industrielle, contrôle/mesure ainsi que traitements thermiques.

Attendant quelques 3.000 exposants et 100.000 visiteurs internatio-

naux sur 180.000 m² d'exposition, le salon est une plate-forme pour un rendez-vous européen d'investissement. Le salon INDUSTRIES sera accompagné par de nombreuses conférences, ateliers et espaces de démonstration. ■

Les entreprises intéressées à visiter le salon peuvent obtenir de plus amples informations sur le site web suivant: www.industrie-expo.com

23-25 March 2004

Luxembourg Promotion Day in **Seoul**



The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg, in joint co-operation with the Ministry of Foreign Affairs and the Ministry of the Economy, will organise a Luxembourg Promotion Day in Seoul (South Korea) on

the 24th of March 2004. This event will take place in the presence of the Minister of the Economy Mr Henri Grethen.

A seminar will be held in Seoul on the 24th of March 2004 to inform the Korean Business Community about opportunities for partnerships in trade and investments. This seminar will have a double focus i.e. present the potential of Luxembourg as a good location for investment and describe the dynamism of the Luxembourg foreign trade.

The participating companies may request business meetings with Korean companies, which are scheduled to take place on March 23, 24 and 25, 2004. ■

For further information, please contact the Chamber of Commerce, International Department, Mrs. Viviane Hoor, e-mail: Viviane.hoor@cc.lu phone: +352 42 39 39 315.

1^{er} avril 2004

Salon à l'Envers:

Une visite qui vaut la peine

Pour la 9^e fois le Salon à l'Envers ouvrira ses portes pour les entreprises de la Grande Région. Se déroulant le 1^{er} avril dans la Salle Jean-Burger de Thionville, les visiteurs seront invités à rencontrer environ 70 donneurs d'ordre de la Lorraine, du Grand-Duché de Luxembourg et de la Sarre.

Unique en son genre de par son concept simple et pratique, ce salon

constitue pour les entreprises de la Grande Région un lieu de rencontres original entre les donneurs d'ordres, d'une part, qui viennent exprimer leurs besoins en terme d'achats et les fournisseurs/visiteurs, d'autre part, qui proposent leurs offres de produits et/ou de services.

La participation comme fournisseur/visiteur au salon offre la possibilité de bénéficier des prestations

de services suivantes: une rencontre unique avec les grands donneurs d'ordres régionaux lors d'un seul jour; une mise à disposition des informations sur les besoins détaillés des donneurs d'ordres via la plaquette d'information du salon ainsi que le site web officiel; une possibilité de trouver des donneurs d'ordres de proximité à un prix de participation avantageux de 50,00 EUR. ■

Des informations supplémentaires sur le salon sont disponibles sur le site web suivant: www.salonalenvers.com et par le Département International de la Chambre de Commerce, tél: 42 39 39 360/333.

19.-24. April 2004

Fahren Sie mit uns zur Hannover Messe 2004



Vom 19. bis 24. April findet die HANNOVER MESSE, die weltweit größte Messe für die Zukunftstechnologien statt. Unter dem Motto „Wissen, was morgen machbar ist“ zeigt sich die HANNOVER MESSE mit neuem Gesicht und neuen Perspektiven. Die drei zentralen Themenbereiche bilden: Technologie, Innovation und Automation. Durch die Fokussierung der Messe auf diese Themen soll das Profil der Weltmesse geschärft und Ausstellern sowie Besuchern einen Wissensvorsprung verschafft werden.

Über das Messeprogramm hinaus bietet die HANNOVER MESSE den

Besuchern die einzigartige Möglichkeit gratis an einer Kooperationsbörse, dem „Global Business Forum“ teilzunehmen. Aus diesem Grund lädt die Handelskammer Luxemburg die Luxemburger Unternehmen erstmalig zu einer organisierten Gruppenreise zur HANNOVER MESSE ein, die den Teilnehmern sowohl die Gelegenheit bietet die Messe zu besuchen als auch aktiv an der Kooperationsbörse mit zu wirken.

Das „Global Business Forum“ wird erstmalig in Halle 6 eingerichtet und spricht gezielt Besucher mit Interesse an Kooperationen an. Die dort geplanten Matchmakings brin-

gen Besucher mit potenziellen Kooperationspartnern aus Forschung, Produktion oder Marketing zusammen.

■ EU-Beitrittsstaaten in Halle 6

Das bereits attraktive Angebot gewinnt noch zusätzlichen Anreiz durch die Sonderausstellung der EU-Beitrittsstaaten, die sich ebenfalls in Halle 6 präsentieren und die in die Kooperationsbörse eingebunden werden. Damit bietet das „Global Business Forum“ ein einzigartiges Angebot, um sich über Chancen der Beschaffung und Kooperationsan-



Bestellschein

Firma:

Name:

Vorname:

Straße, Nr.:

PLZ, Ort:

Telefon:

Fax:

E-Mail:

Web:

- Ja, ich bin interessiert weitere Informationen über die Teilnahme an der Gruppenreise und Kooperationsbörse zur Hannover Messe zu erhalten:

Schicken Sie mir die Informationen in

- deutsch französisch

Handelskammer Luxemburg



EURO INFO CENTRE PME/PMI

Ansprechpartnerin: Bettina MILEWSKI

Tel.: 42 39 39-372 • Fax: 43 83 26

E-Mail: eic@cc.lu

gebote in den Beitrittsländern zu informieren.

Das Euro Info Centre der Handelskammer Luxemburg, das die Gruppenreise zur HANNOVER MESSE organisiert, wird ebenfalls mit einem Stand in Halle 6 vertreten sein, um die Luxemburger Unternehmen bei der Organisation der gewünschten „Matchmakings“ zu unterstützen und einen reibungslosen Ablauf zu garantieren.

Die Organisatoren der HANNOVER MESSE werden im Vorfeld der Veranstaltung die ca. 5.500 Aussteller nach ihren Kooperationsprojekten befragen, sodass gewährleistet wird, dass die Kooperationsbörse Teilnehmer zu erfolgreichen Treffen mit Partnern aus aller Welt verhilft.

Für alle Besucher der Hannover Messe ist die Nutzung des „Global Business Forum“ kostenfrei. Das EIC der Handelskammer Luxemburg organisiert darüber hinaus die Hin- und Rückfahrt per Komfortbus, die Eintrittskarten für zwei Tage, zwei Übernachtungen vor Ort, um genügend Zeit für den Messebesuch und die Kooperationsbörse zu garantieren, sowie gemeinsame Abendessen mit allen Teilnehmern der Gruppenreise, um die Kontakte unter den Luxemburger Unternehmen zu fördern.

Unternehmen, die weitergehende Details zur Teilnahme wünschen, bitten wir, Informationen mit dem nebenstehenden Coupon anzufordern. ■

3 au 7 mai 2004

Mission économique au Cap Vert



La Chambre de Commerce organisera une mission économique au Cap Vert du 3 au 7 mai 2004 qui aura comme but d'offrir aux entreprises luxembourgeoises un dispositif organisationnel susceptible de faciliter l'entrée en relation avec des sociétés locales.

La République du Cap Vert, un pays cible de l'aide au développement du Gouvernement luxembourgeois, est un archipel constitué par 10 îles. Doté d'une superficie de 4033 km² et d'une population de 435.000 habitants, le Cap Vert offre des opportunités d'affaires dans les

secteurs de l'industrie, de la construction civile, de la pêche, de l'agriculture, des services et dans le secteur du tourisme, l'une des principales sources de recettes pour l'économie capverdienne.

Le tourisme, un secteur d'activité économique possédant un énorme potentiel de développement au Cap Vert, a atteint en 2001 3,9 % du PIB, représentant ainsi une contribution de l'ordre de 30 % pour la Balance des Transactions Courantes. ■

Pour tout renseignement supplémentaire, n'hésitez pas de contacter Monsieur David Lutty, tél.: 42 39 39-316, e-mail: david.lutty@cc.lu.

6. -19. Mai 2004

Unternehmerreise zur DRUPA – Anmeldung jetzt möglich



2004 ist es wieder so weit! Vom 6. bis 19. Mai findet in Düsseldorf die DRUPA statt. Die DRUPA ist die Weltmesse für den Print und Media Bereich und findet lediglich alle 4 Jahre statt.

Die Messe präsentiert die folgenden Themen: Druck- und Media-Vorstufe; Druck, Maschinen, Geräte und Zubehör; Buchbinderei, Druckverarbeitung; Papierverarbeitung und Packmittelproduktion; Materialien und Verbrauchsartikel sowie Dienstleistungen wie z. B. Gebrauchtmaschinen-Handel, Branchensoftware und Fachliteratur.

Sowohl bei den Ausstellern als auch bei den Besuchern zeigt sich

der internationale Charakter der Messe. Die Aussteller reisen aus 49 verschiedenen Ländern an. Von den über 400.000 Besuchern kommt ca. die Hälfte aus dem Ausland.

Interessant ist ein Besuch der Messe für Druckereien, Buchbindereien, Verlage, die Papier und Pappe verarbeitenden, sowie Unternehmen, Agenturen aus dem Bereich Druckvorstufe, den grafischen Fachhandel sowie Agenturen der Kommunikations- und Werbewirtschaft.

Die Gruppenreise zur DRUPA wird von der Handelskammer Luxemburg am 14. Mai organisiert.

Unternehmen, die Interesse haben, nähere Details zu dem Besuch der DRUPA zu erhalten, können diese beim Geschäftsbereich International der Handelskammer Luxemburg wie folgt bestellen; per Tel.: 42 39 39 – 372, per Fax: 43 83 26 oder per E-Mail: eic@cc.lu.

3-4 June 2004

Asia Partenariat 2004 in Sri Lanka

The EU-Sri Lanka Partenariat 2004, organised by the European Chamber of Commerce of Sri Lanka in partnership with the European Commission, and with the support of the Ministry of Commerce and Consumer Affairs, will take place at the BMICH in Colombo, Sri Lanka from 3-4 June 2004.

The two-day Partenariat aims to develop and strengthen business links between Sri Lanka and the EU by way of trade, investment, trans-

fer of technology, joint ventures, sales and marketing cooperation, whilst raising the profile of Sri Lanka in the EU and vice versa.

The event will provide a strong platform from which to establish and deepen contacts, and develop commercial partnerships, by matching the requirements of participating SMEs from Sri Lanka and across Asia, with European SMEs in the following sectors:

- Infrastructure including environment
- Agro foods

- IT and electronics
- Machinery and light engineering
- Education services
- Leisure sectors

For further information, please contact the Chamber of Commerce, International Department, Mrs. Viviane Hoor, tel: 42 39 39-315, e-mail viviane.hoor@cc.lu or visit the website www.euslpart.com.

2-4 juin 2004

Nouvelle édition du salon **Futurallia**

Dans le cadre du salon Futurallia qui se déroulera les 2, 3 et 4 juin 2004 à Poitiers sur le site du Futuroscope, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et son Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI participeront avec une délégation d'entreprises luxembourgeoises à ce rendez-vous devenu incontournable du développement international des entreprises.

Organisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Vienne, Futurallia a été créé en 1990 et fête cette année sa 9^e édition (1990, 1992, 1993, 1995, 1998 et 2001 à Poitiers, 2000 et 2003 à Québec).

Sur 2 jours, 800 à 1.000 dirigeants de PME se rencontrent lors de rendez-vous individuels pré-programmés. Au cours de ceux-ci, chaque

entreprise a la possibilité de rencontrer directement en moyenne 12 partenaires potentiels.

Le second point fort du salon Futurallia réside dans sa large gamme d'activités couvertes. Cet aspect multi-sectoriel permet et favorise les échanges inter-professionnels. Les différents secteurs représentés couvrent:

- agriculture, agro-alimentaire
- bâtiment et travaux publics
- biotechnologies
- chimie, plasturgie et nouveaux matériaux
- électronique, optique
- environnement
- habitat, bois
- industries mécaniques et métallurgiques
- imprimerie/édition
- santé, santé animale, cosmétologie

- technologies de l'information & de la communication
- textile et habillement

Le concept de ce salon, véritable forum de dimension internationale, rassemble des décideurs du monde entier: Allemagne, Belgique, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Pologne, Royaume-Uni, Brésil, Canada, Colombie, Etats-Unis, Mexique, Algérie, Egypte, Jordanie, Liban, Maroc, Tunisie, Chine, Inde, Japon, Taiwan, Vietnam. ■

Si ce salon de coopération vous intéresse, l'équipe de l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce se tient à votre entière disposition pour vous présenter en détail les modalités de participation.

9. Juni 2004

Erste Kooperationsbörse „**Health-Care**“ der Großregion

Zum ersten Mal findet am 9. Juni 2004 eine Kooperationsbörse für die Health-Care-Branche in der Großregion statt.

Der Branche wird ein großes Wachstumspotenzial vorausgesagt. Aus diesem Grund organisiert die Zentrale für Produktivität und Technologie (ZPT) Saar e.V. erstmalig ein Treffen für Unternehmen der Health-Care Branche aus Luxemburg, dem Saarland, Rheinland-Pfalz, Lothringen und der Wallonie. Die Kooperationsbörse wird in den Räumen

der IHK Saarland, Franz-Josef-Röder Str. 9 in Saarbrücken stattfinden.

Die Kooperationsbörse richtet sich an alle Unternehmen aus den folgenden Bereichen: Medizintechnik, Medizinprodukte, Pharma, Reha-Technik sowie an die entsprechen-

den Dienstleister. Die Teilnahme-kosten an der Börse betragen 85,00 EUR und beinhalten neben der Organisation der Kooperationsgespräche auch einen Lunch sowie die Kosten der Übersetzung. ■

Interessenten an der Kooperationsbörse werden gebeten sich noch im März mit dem Geschäftsbereich International der Handelskammer Luxemburg in Verbindung zu setzen, um nähere Details zu erhalten.

Sie können uns erreichen per Tel. 42 39 39 –333/360,

per Fax: 43 83 26 oder per E-Mail: eic@cc.lu.

7-20 November 2004

YES program:

Commercial export mission to Japan

Are you a young executive interested in a two-week commercial export mission to Japan? The YES program (young executive stay) aims to train young executives from Belgium and Luxembourg in successful Japanese business practices, at moderate costs,

and in a short amount of time. For this purpose, in 2004, the Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Japan will organize a two-week training program in Japan, beginning with two briefing sessions in Belgium, organised by the Belgium-Japan Association.

The training in Japan will consist of 3 days of intensive seminar training and 10 days of introducing each participant to the potential customers in his business area. The Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Japan is committed to get real business prospects for each participant. ■

For further information: please contact the Chamber of Commerce, International Department, Mr. David Luty, tel.: 42 39 39 316, e-mail: david.luty@cc.lu

7.-8. Dezember 2004

Neue Export-Messe

in Frankfurt/Main

Am 7. und 8. Dezember 2004 wird in Frankfurt erstmalig die neue Export-Messe „export 21, Neue Märkte für den Mittelstand“, stattfinden, die umrahmt wird von einem Kongress und einer Galaveranstaltung.

Ziel der neuen Messe ist es, eine Plattform für das gesamte Dienstleistungsspektrum der Außenhandelswirtschaft zu schaffen, so Hans-Joachim Erbel, Geschäftsführer der Reed Exhibitions Deutschland GmbH, dem Veranstalter der „export 21“.

Die Messe soll speziell kleine und mittelständische Unternehmen dabei unterstützen neue ausländische Märkte zu erobern. Das Angebot der Messe umfasst Dienstleistungen für exportorientierte Unterneh-



men. Folgende Themenfelder sind für die Erstveranstaltung der Messe geplant: Finanzierung und Kreditversicherung; Logistik, Sourcing, Transport; Marketing und Messen im Ausland; Unternehmensführung im Ausland; Wirtschaftsförderung, Kammern, Verbände; Informations- und Wissensmanagement, Qualifizierung.

Das zweitägige Kongressprogramm der „export 21“ wird auch über Chancen im Rahmen der EU-Osterweiterung sowie über die expandierenden Märkte in Asien und der USA informieren. ■

Zusätzliche Informationen und Einschreibungen unter:
Tel. 42 39 39 -333/360,
per Fax: 43 83 26 oder
per E-Mail: eic@cc.lu.

A vendre:

**Très belle installation
de magasin
(prêt-à-porter)**

**Excellent état
Prix : 10.000 Euros
(à discuter)**

Tél. 54 78 06

Le Cervin de Cristal

Grand prix bisannuel du Business Club Belgo-Luxembourgeois en Suisse

Dans le but de récompenser une PME/PMI performante dans ses relations commerciales et économiques entre la Suisse d'une part et la Belgique ou le Luxembourg d'autre part, notre Club lui remettra son grand prix «Le Cervin de Cristal».

L'entreprise sera sélectionnée par un jury international sur la base d'un certain nombre de critères tels que: augmentation sensible des exportations/importations, organisation remarquable ou originale du réseau commercial, cession/acquisition de brevets/licences, développement de technologies nouvelles, etc.

Le prix sera remis officiellement lors d'une soirée de gala organisée

le jeudi 21 octobre 2004 dans les nouveaux locaux de la Chambre de Commerce du Luxembourg au cours de laquelle la lauréate bénéficiera

d'une action promotionnelle et médiatique de ses produits et/ou services.

Pour une reconnaissance internationale de votre société, envoyez votre dossier de candidature au secrétariat du BLC, Avenue de Tourbillon 33 - CP 187 - CH - 1951 SION, tél.: +41 27 323 21 40, fax: +41 27 323 16 40, e-mail: blc@blc-businessclub.ch.

Date de rentrée des documents: 30 mai 2004

Votre dossier devra comprendre une présentation commerciale et/ou technique et/ou financière complète et détaillée de votre société et de ses activités avec catalogue des produits/services ainsi que tous documents que vous jugerez utiles de joindre afin de le rendre le plus attractif possible.

Une présentation succincte de votre/vos partenaire(s) sera également annexée au dossier.

Ces renseignements resteront bien entendu strictement confidentiels.

Accord

Accord de Coopération avec la Fédération des Chambres de Commerce Chiliennes

M. Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce, et M. Alex Thiermann, Vice-Président des Affaires Internationales de la Chambre de Commerce, des Services et du Tourisme chilienne



Le 28 janvier dernier, la Chambre de Commerce a signé un accord de coopération avec la Fédération des Chambres de Commerce Chiliennes. L'accord a notamment porté sur des mesures pour promouvoir les relations commerciales entre les entreprises chiliennes et luxembourgeoises.

Gemeinsame **Luxair-Cargolux** Veranstaltung in Budapest



Die Luxemburger Fluggesellschaften Luxair und Cargolux hatten Anfang Februar gemeinsam eine Reise nach Budapest organisiert, um vor Ort mit Vertretern des ungarischen Transportministeriums und der Flughafenbehörden sowie mit der ungarischen Presse eine Bestandsaufnahme zum Flugverkehr zwischen Luxemburg und Ungarn zu diskutieren. Bekanntlich hat Luxair seit September letzten Jahres eine tägliche Verbindung nach Budapest in Betrieb genommen, während die Cargolux schon seit April 2002 die ungarische Hauptstadt anfliegt.

Die Luxemburger Delegation, bestehend aus Vertretern von Luxair, Cargolux sowie von Luxemburger Unternehmen die in Ungarn tätig sind, wurde von Wirtschafts- und Transportminister Henri Grethen angeführt und vom ungarischen Botschafter in Luxemburg Ferenc Scözös sowie dem Ehrenkonsul für Luxemburg Jean Ries begleitet. Der Luxemburger Botschafter für Ungarn, Paul Faber, war eigens zu diesem Treffen aus Wien angereist.

Im Rahmen einer Cocktail-Veranstaltung unterstrich der Luxemburger Transportminister die wirtschaftliche Tragweite der Flugverbindungen zwischen Ungarn und Luxemburg im Hinblick auf den EU-Beitritt von Ungarn im nächsten Jahr. Luxair-CEO Christian Heinzmann wies auf das Potential der erweiterten Geschäfts-, Kultur- und Touristikbeziehungen zwischen Luxemburg und Ungarn hin, die durch die Inbetriebnahme der täg-

lichen Luxair-Flüge nach Budapest ermöglicht wurden. Uli Ogiemann, CEO der Cargolux, betonte in seiner Ansprache die Rolle des Flughafens Budapest als Hauptvertriebs- und Umschlagszentrum Osteuropas für Luftfracht auf der Asien-Europa-Route der Cargolux und erwähnte in diesem Zusammenhang die ausgeprägte Wachstumstendenz der Frachtaktivität nach und aus Budapest. Die offiziellen ungarischen Gäste sowie die zahlreichen ungarischen Kunden der beiden Luxemburger Fluggesellschaften hörten mit sichtlicher Zufriedenheit diese ermutigenden Bekenntnisse der Luxair und der Cargolux zum Zielort Budapest.

Ort der Veranstaltung waren die Geschäfts- und Festräume der Villa des Consulting-Unternehmens Korn Ferry International, das ebenfalls in Luxemburg ansässig ist und sich bei diesem Treffen als perfekter Gastgeber erwies. ■



Messen und Ausstellungen

im April 2004

MARBLE

Internationale Ausstellung für Marmor und Marmorbearbeitung

1. – 4.4.2004

Izmir (TR)

Tel.: 0090 232 48 21 270

COSMOPROF

Messe für Parfümerie und Kosmetik

2. – 5.4.2004

Bologna (I)

Tel.: 0039 2 79 64 20

METALFORUM EXPOSIUM

Messe für Metallverarbeitung

6. – 8.4.2004

Chicago (USA)

Tel.: 001 216 90 18 800

EXPO BUILD CHINA

Internationale Messe für die Bauindustrie

6. – 9.4.2004

Shanghai (CN)

Tel.: 0086 21 64 37 11 78

SALON DES JEUX

Messe für Spielzeug und Modellbau

10. – 13.4.2004

Paris (F)

Tel.: 0033 1 49 09 64 25

SUBCONTRACTO

Fachmesse für die Zulieferindustrie

14. – 17.4.2004

Porto (P)

Tel.: 00351 22 99 81 400

SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE

Internationale Möbelausstellung

14. – 19.4.2004

Mailand (I)

Tel.: 00 39 2 72 59 41

HANNOVER MESSE

Internationale Industriemesse

19. – 24.4.2004

Hannover (D)

Tel.: 0049 511 890

ECO-INDUSTRIES

Fachmesse für Umweltechnologie

20. – 22.4.2004

Metz (F)

Tel.: 0033 3 87 52 31 87

CONSTRUMA

Internationale Fachausstellung für Baustoffe, Baumaschinen, Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik

20. – 24.4.2004

Budapest (HU)

Tel.: 0036 1 26 36 070

METAL

Internationale Werkzeugmaschinen-Ausstellung

20. – 24.4.2004

Frederica (DK)

Tel.: 0045 70 11 37 38

MED-E-TEL

Ausstellung und Konferenzen zu Dienstleistungen im Medizin-, Gesundheitssektor sowie IT und Telekommunikation für die Branche

20. – 24.4.2004

Luxembourg (L)

Tel.: 43 99 1

IFH/INTHERM

Fachmesse für Sanitär, Heizung, Klima

21. – 24.4.2004

Nürnberg (D)

Tel.: 0049 4989 94 955 150

Business Review

Nouvelle source d'information pour les ambassades et consuls honoraires



une lettre d'information en langue anglaise. Le mensuel d'affaires «Business Review», entièrement rédigé en langue anglaise, a été choisi comme partenaire pour ce projet.

Depuis le début de l'année 2004, chaque édition de Luxembourg Business propose deux pages d'articles rédigés par la Chambre de Commerce et le Ministère des Affaires Étrangères. Plusieurs centaines de copies de «Business Review» seront distribuées aux représentants diplomatiques du Luxembourg, aux consuls et aux délégations commerciales dans plus de 150 pays. Ces articles supplémentaires donneront une information sur la vie économique et politique du pays et fourniront un outil important à ceux qui cherchent à mettre en avant le Grand-Duché de Luxembourg à l'étranger.

Le magazine «Business Review» est publié par New Media Group SA, une compagnie indépendante composée de plusieurs actionnaires vivant à Luxembourg.

La Chambre de Commerce et le Ministère des Affaires Étrangères et du Commerce Extérieur viennent de signer un accord de coopération avec le magazine anglophone «Business Review» en vue d'offrir aux consuls honorifiques et aux délégations d'affaires qui désiraient avoir plus d'informations sur l'économie luxembourgeoise,

Taxe sur la valeur ajoutée

Récupération de la TVA espagnole

Les entreprises belges et luxembourgeoises souhaitant récupérer la TVA en Espagne peuvent s'adresser à la Chambre de Commerce de Belgique et du Luxem-

bourg en Espagne, qui interviendra en leur nom et représentation auprès du Ministère des Finances espagnol, après avoir été désignée comme représentant légal de l'entreprise.

La demande de remboursement de la TVA sera introduite en espagnol auprès de l'Administration, après examen des pièces qui seront transmises. La Chambre représentera les intérêts des firmes qui font appel à ses services, en réalisant les démarches nécessaires pour l'obtention et l'encaissement des sommes sollicitées, et interviendra en tout moment, selon les besoins ou les problèmes qui se présentent. Les demandes pour l'année 2003 doivent

être introduites avant le 30 juin 2004, mais il est recommandable de les introduire le plus tôt possible pour que la récupération soit plus rapide.

Un dossier complet avec toutes les instructions et formalités à suivre peut être obtenu gratuitement pour les membres de cette Chambre de Commerce, ou pour les non-membres, après un versement préalable de 30 Euro sur le compte n° 210-0321561-58 de la Fortis Banque à Bruxelles. ■

Les intéressés souhaitant recevoir des renseignements complémentaires peuvent s'adresser à la:

Camara de Comercio de Belgica y Luxemburgo en Espana
 Claudio Coello, 99, 1° dcha • E-28006 Madrid
 Tél.: +34 91 435 48 99 • Fax: +34 91 578 05 27
 E-mail: ccble@retemail.es

<http://export-help.cec.eu.int>

Exportations vers l'UE: Nouveau site web



Le 2 février 2004, la DG Commerce Extérieur de la Commission européenne a lancé sous <http://export-help.cec.eu.int> un nouveau site web dénommé «Expanding Exports Helpdesk».

Le «Expanding Exports Helpdesk» est une source en ligne qui a été créée dans le but de faciliter l'accès aux marchés de l'UE pour les pays en voie de développement. Le

site fournit un maximum d'information nécessaire pour un pays en voie de développement pour pouvoir exporter ces produits vers l'UE.

Parmi les informations figurent notamment les tarifs d'importation, les documents douaniers, les règles d'origine et des statistiques.

De plus, par le biais de son Trade Forum le site offre la possibilité de rechercher des partenaires commerciaux au sein de l'UE.

Bien que ce site soit créée pour les pays en voie de développement qui exportent leur pays vers l'UE, il peut être également une source d'information pour les entreprises européennes souhaitant importer des produits en provenance de ces pays. ■

Messen und Ausstellungen

im April 2004

STONETECH

Internationale Fachmesse für die Steinbearbeitung, Natursteinindustrie

21. – 24.4.2004

Shanghai (CN)

Tel.: 0086 28 27 50 78

TECHNI-PIERRE

Ausstellung für Naturstein

22. – 25.4.2004

Liège (BE)

Tel.: 0032 4 22 71 934

FIBO

Weltmesse für Fitness, Wellness und Freizeit

22. – 25.4.2004

Essen (D)

Tel.: 0049 211 30 75 78

SITC

Internationale Tourismus-Messe Katalonien

22. – 25.4.2004

Barcelona (E)

Tel.: 0034 902 23 32 000

TRANSPOTEC & LOGITEC

Ausstellung für Straßentransport und Logistik

22. – 25.4.2004

Verona (I)

Tel.: 0039 49 87 57 988

HOGA

Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung

25. – 28.4.2004

München (D)

Tel.: 0049 1805 86 07 000

INTERBUILD

Internationale Messe für den Bausektor

25. – 29.4.2004

Birmingham (UK)

Tel.: 0044 207 86 22 000

RESALE

Internationale Messe für gebrauchte Maschinen und Anlagen

26. – 28.4.2004

Karlsruhe (D)

Tel.: 0049 7244 70 750

CEBIT ASIA

Internationale Messe für Informationstechnik und Telekommunikation

26. – 29.4.2004

Karlsruhe (D)

Tel.: 0049 511 890

FOIRE DE PARIS

Konsumgütermesse

29.4. – 9.5.2004

Paris (F)

Tel.: 0033 1 49 09 60 00

Um kurzfristigen Änderungen der Ausstellungstermine Rechnung zu tragen, sollten Sie sich diese vom Veranstalter vor Ihrer Abfahrt bestätigen lassen. Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Frau Bettina MILEWSKI, Tel.: 42 39 39-372.

La Chambre de Commerce tient à la disposition des entreprises luxembourgeoises intéressées de la documentation sur les foires et salons pour consultation sur place. Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Mme Bettina MILEWSKI, tél.: 42 39 39-372.

Élargissement:

5 questions – 5 réponses

1) Quels pays entreront dans l'Union européenne le 1^{er} mai 2004?

Le 1^{er} mai 2004 les 10 pays suivants deviennent Membre de l'Union européenne: Chypre, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Malte, Pologne, République tchèque, Slovaquie et Slovaquie.

La Bulgarie et la Roumanie entreront probablement en 2007. Pour la Turquie et la Croatie aucune date n'est prévue pour l'instant. Ce premier qui n'a déposé sa candidature qu'en 2003, pourrait se joindre à la Bulgarie et la Roumanie en 2007.

2) Les nouveaux Etats membres adopteront-ils l'euro et quand?

En application des critères d'adhésion, les nouveaux membres doivent pouvoir démontrer leur «capacité à assumer les obligations découlant du statut de membre, y compris l'adhésion aux buts de l'Union politique, économique et monétaire». On attend donc des futurs Etats membres qu'ils adoptent l'euro quand ils seront prêts à le faire, mais pas immédiatement après l'adhésion.

L'adoption de la monnaie unique par un pays, après l'adhésion, suppose le respect de conditions détaillées. Ceci implique trois étapes:

- L'étape actuelle «pré-adhésion», pendant laquelle le pays candidat doit démontrer les progrès irréversibles réalisés vers une économie de marché en état de fonctionnement et une compétitivité ainsi qu'une stabilité macro-économique durables;

- Une phase intermédiaire entre l'adhésion et l'adoption de l'euro, durant laquelle le nouveau membre participe pleinement au marché unique, démontre ses progrès dans l'achèvement des conditions nécessaires à l'adoption de l'euro, y compris la participation au mécanisme de taux de change;
- La participation à la zone euro, pour peu que le nouveau membre remplisse tous les critères qui s'appliquent aux membres actuels pour l'adoption de la monnaie unique (un déficit budgétaire inférieur à 3 % du PIB, une dette inférieure à 60 % du PIB, une inflation faible et des taux d'intérêt proches de la moyenne de l'UE).

Jusqu'à présent, plusieurs pays candidats ont réalisé des progrès importants dans cette direction, renforçant, en même temps, leurs réformes économiques.

3) Jusqu'où l'UE peut-elle s'étendre?

Le traité de l'Union européenne stipule, dans son article 49 que «Tout Etat européen qui respecte les principes développés à l'article 6 (1) peut présenter sa candidature afin de devenir membre de l'Union». L'article 6 (1) indique que «l'Union est fondée sur les principes de liberté, de démocratie, de respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, et de la règle de droit, principes qui sont communs aux Etats membres».

L'Union européenne n'a pas défini ses limites en termes géogra-

phiques, mais chaque pays candidat doit remplir les conditions de base exposées par le Conseil européen de Copenhague: démocratie, état de droit, respect des droits de l'homme et protection des minorités, une économie de marché en état de marche, la capacité de supporter la pression concurrentielle dans l'UE et la capacité à assumer les obligations découlant du statut de membre.

Treize pays sont engagés dans le processus d'élargissement à ce stade, et dans les années à venir, d'autres pays pourraient poser leur candidature. L'UE a identifié comme candidats potentiels les pays de la région de l'ouest des Balkans, y compris les Etats de l'ex-Yougoslavie, qui souhaitent un jour devenir membre de l'UE. Le processus de Stabilisation et d'Association, qui constitue le cadre de la politique de l'UE dans les Balkans de l'ouest, offre la possibilité d'une adhésion à l'Union, et un programme d'assistance pour soutenir cet objectif.

La Norvège et la Suisse ont soumis leur candidature dans le passé, et pourraient un jour réactiver leur demande.

4) Y aura-t-il une libre circulation des travailleurs après le 1^{er} mai 2004?

Bien que le droit général à la libre circulation des personnes au sein de l'UE soit ouvert à tous, les Etats membres actuels peuvent appliquer un régime transitoire quant à la libre circulation des travailleurs.

Le régime transitoire de libre circulation des travailleurs qui a été

adopté à la suite d'un accord entre les actuels et les futurs États membres et vise essentiellement, pendant quelques années après l'adhésion, à maintenir le système actuel, dans lequel les citoyens des futurs États membres doivent obtenir un permis de travail pour pouvoir exercer dans l'UE. Il s'applique non seulement aux travailleurs non qualifiés, mais à toute personne qui souhaite signer un contrat de travail avec un employeur dans un des États membres actuels. Il s'agit du régime normal appliqué au plan international, le but étant d'avancer progressivement vers le système de l'UE, dans lequel chacun peut librement occuper un emploi où que ce soit à l'intérieur de l'Union.

Le résultat de cette politique sera analysé au bout de deux ans par la Commission européenne, qui émettra des recommandations. Ces régimes spécifiques pourront être maintenus durant une période supplémentaire de 3 ans, puis, si nécessaire, pour 2 ans encore.

5) Quels sont les services que la Chambre de Commerce pourrait offrir aux entreprises luxembourgeoises qui souhaitent étendre leurs marchés vers les pays candidats?

La Chambre de Commerce attache une grande importance au thème de l'élargissement de l'UE. Elle souhaite que les entreprises luxembourgeoises bénéficieront d'une manière optimale des opportunités que cet élargissement leur offre.

Pour préparer les entreprises luxembourgeoises, le Département International et son EIC ont organisé en 2003 différents séminaires et conférences sur l'élargissement de l'UE. En 2004, la Chambre de Commerce intensifiera encore davantage ces actions.

Avant d'entrer un marché étranger, il est important de s'informer

profondément sur le marché en question. Ceci peut se faire par des études, mais des visites sur place sont indispensables. Dans ce cadre, la Chambre de Commerce organise des missions économiques dans les pays candidats. Ces voyages de prospection n'offrent pas seulement la possibilité de découvrir le pays en question, mais également d'entrer en contact avec des entreprises de votre choix. En 2004, il y aura des missions de prospection prévues en Pologne, en République tchèque ainsi qu'en Roumanie et en Bulgarie.

Si vous cherchez un partenaire, un client ou un fournisseur dans un des pays candidats, la Chambre de Commerce se tient également à votre disposition. En participant aux salons de coopération internationale, elle offre à ses ressortissants la possibilité de réaliser un maximum de contacts intéressants en un mini-

um de temps. Sur base du choix de l'entreprise, un programme de rendez-vous personnalisé est établi.

De plus, l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce est quotidiennement à votre disposition pour tout renseignement complémentaire sur l'élargissement de l'UE. Le service peut vous renseigner sur les derniers développements dans ce contexte ou effectuer une recherche sur un thème spécifique vous intéressant particulièrement. De plus, l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI dispose de nombreuses informations actuelles sur la création d'une entreprise, sur le droit de concurrence ainsi que sur les indicateurs économiques des pays candidats. Le service a également la possibilité de faire appel à un de ses homologues dans les pays candidats pour vous fournir des informations du terrain. ■

Pressemitteilung!

Die Fa. CIP gratuliert auf diesem Wege ihrem Mitarbeiter Herrn Paulo Martins, der im Jahr 2003 den Verkauf von HP-Produkten um über 185% steigern konnte. Aufgrund dessen bekam die Fa. CIP im November 2003 den Titel „Partenaire commercial consommables HP Connect“ verliehen. Damit ist die Fa. CIP ab sofort offizieller Vertriebspartner von HP Invent in Luxembourg. Wir wünschen Herrn Martins viel Erfolg bei seiner weiteren Arbeit.



Partenaire commercial consommables HP Connect



HP-Produkte zu unschlagbaren Preisen.

Testen Sie uns!

Tel. +352 43 70 77-225

L'Élargissement en bref

Village européen à la FIL

Pour célébrer l'élargissement de l'UE et pour faire connaître les pays candidats, la Société des Foires internationales de Luxembourg en collaboration avec la Représentation de la Commission européenne, le Bureau d'Information du Parlement européen et le Gouvernement luxembourgeois, a prévu d'organiser un grand village européen à l'occasion de la Foire de Printemps du 8 au 16 mai 2004. Le village sera constitué de stands des dix nouveaux Etats membres de l'UE et présentera l'économie, la culture, la tradition, les grands projets et la gastronomie de ces différents pays.

Nouvelle Commission européenne

A partir du 1^{er} mai 2004, les 10 nouveaux Etats membres disposeront également de Commissaires européens. Au début du mois de février, Chypre a comme dernier pays communiqué la nomination de son candidat. L'ensemble des nomi-

nations doivent encore être accordées et formalisées par le Parlement européen.

CENELEC s'élargit

Au début de l'année 2004, l'Estonie, la Lettonie, la Pologne et la Slovaquie ont rejoint le CENELEC (Comité Européen de Normalisation en électronique et en électrotechnique), ce qui complète l'élargissement propre à CENELEC dans les PECO. La Hongrie, la République tchèque, la Slovaquie et la Lituanie sont déjà membres. Des pays candidats méditerranéens, Malte est déjà membre. Chypre adhèrera probablement avant le 1^{er} avril 2004.

Préparation de la Bulgarie à l'UE

Mi-février la Bulgarie a adopté un Plan d'Intégration européenne pour l'année 2004 qui a pour but d'accélérer ses préparations à l'adhésion de l'UE. Le plan inclut plus de 700 mesures législatives et administratives imposées par les négociations d'accession. Parmi les mesures prévues, il figure des changements fondamentaux quant à la réorganisation et la coordination interdépartementale en Bulgarie. Pendant les deux dernières années, la Bulgarie a déjà transposé plus de 1.100 accords négociés. L'objectif est

d'avoir adapté l'ensemble de la législation bulgare à la fin de 2005, ou au plus tard dans les premiers mois de l'année 2006.

L'élargissement continue

- L'Ancienne république yougoslave de Macédoine (ARYM) a prévu d'introduire sa demande officielle d'adhésion à l'Union européenne le 26 février 2004. Ceci a été confirmé par la Ministre des Affaires Etrangères Madame Ilinka Mitreva. La demande aura lieu à Dublin en Irlande qui a la présidence du Conseil.
- En février 2003, la Croatie a introduit sa demande d'adhésion à l'UE. Pour la Croatie, l'objectif de cette demande est de pouvoir entrer dans l'UE au même temps que la Bulgarie et la Roumanie en 2007. Cependant, le 12 janvier 2004 le Président de la Commission européenne, Monsieur Romano Prodi, a confirmé qu'il reste encore une série des problèmes politiques importants à résoudre qui font pour l'instant encore obstacle à l'adhésion de la Croatie. Il s'agit notamment de la coopération avec le Tribunal pénal international pour l'Ex-Yougoslavie (TPIY) et la réforme du système judiciaire. ■

Malte: Le pays candidat inconnu

A partir du 1^{er} mai 2004, le Luxembourg ne sera plus le plus petit pays de l'Union européenne. Cette position sera reprise par l'île de Malte (397.300 habitants), un des dix pays entrant dans l'UE dans un mois et demi.

Si on parle de l'élargissement, les pays mis en avance sont les pays de l'Est. Dans ce contexte, les pays les plus souvent mentionnés sont la Pologne, la République tchèque et la Hongrie. Parmi les dix pays candidats, il y en a deux qui ne sont pas situés en Europe de l'Est, à savoir Chypre et Malte. Bien que Chypre se fasse de temps en temps remarquer dans les journaux par sa division, Malte n'est guère mentionnée.

Les îles maltaises, Malte (246 km²), Gozo (67 km²) et Comino (3 km²) sont situées dans le Mer Méditerranéenne, quelque 90 km de la Sicile et 290 km de l'Afrique du Nord. Avec ses 397.300 habitants, Malte a une des plus hautes densités de la population du monde. Les langues officielles sont le maltais et l'anglais. De plus, une grande partie de la population parle l'italien.

Jusqu'en 1979, les revenus de Malte venaient pour une grande partie des récompenses britanniques accordées en vue de l'utilisation du territoire de Malte comme base navale. Quand cette source de revenus a arrêté d'exister, Malte a mis l'accent sur le développement des industries manufacturières et du tourisme. Actuellement les industries manufacturières contribuent à 21 % au PIB.

N'ayant pas des ressources naturelles, sauf les sites touristiques, l'exportation joue un grand rôle pour Malte. De plus, le pays s'est spécialisé dans les services relatifs au transport comme le transbordement et la réparation des navires. Le secteur financier contribue également substantiellement à la croissance économique du pays.

Les produits d'exportation sont les suivants:

- Produits agroalimentaires/Boissons
- Vêtements, chaussures et accessoires
- Meubles/Décoration intérieure
- Produits cosmétiques
- Produits de santé, d'hygiène et de nettoyage
- Papier/Articles de bureau
- Produits métaux et plastiques
- Matériaux de construction
- Equipement électrique électronique.

Grâce à sa position stratégique, Malte pourrait constituer la plateforme stratégique pour faire des «Bridge Opportunities» en Afrique du Nord. ■

Malte/Repubblika Ta'Malta - Republic of Malta

Surface: 316 km² • Habitants: 397.300 • Densité: 1257 habitants/km²

Capitale: Valletta • Langue officielle: Maltais, anglais

Composition de la population: Maltais (96%)

Religion: christianisme (catholicisme 99%) • Monnaie: lira

Elargissement de l'Union Européenne

Utilisation des Carnets **ATA**

Suite à l'élargissement de l'Union Européenne de 10 pays (Chypre, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Malte, Pologne, République Tchèque, Slovaquie et Slovaquie), les frontières extérieures entre

les «anciens» Etats membres de l'Union Européenne et les «nouveaux» Etats membres de l'Union Européenne disparaîtront.

Une des premières conséquences sera que la Chambre de Com-

merce ne pourra plus délivrer de Carnets ATA pour ces pays à partir du 1^{er} mai 2004.

En ce qui concerne les marchandises, couvertes par un Carnet ATA, qui seront importées dans les



pays susmentionnés avant le 1^{er} mai 2004 et qui n'auront pas quitté ces pays à cette date, les règles suivantes seront appliquées:

Les marchandises qui rentrent après le 1^{er} mai:

La déclaration de réexportation n'est plus possible (la frontière extérieure a «disparu»). C'est pourquoi, la souche de réimportation doit être estampillée dans «l'ancienne» Union Européenne. Cela peut se faire aussi bien à la frontière entre l'ancien et le nouvel Etat membre qu'au bureau de douane au Grand-Duché de Luxembourg.

Les marchandises seront exportées après le 1^{er} mai vers un pays hors de la nouvelle Union Européenne:

Deux possibilités:

- a) Un volet d'exportation sera estampillé si le titulaire présente un document T2L qui prouve que

les marchandises se trouvent en libre circulation dans l'Union Européenne. Dans ce cas, aussi bien la douane d'un nouveau que d'un ancien Etat membre peut estampiller ultérieurement le volet de réimportation.

- b) Un volet de réexportation sera estampillé si le titulaire ne présente pas le document T2L. Dans ce cas, il est recommandé que la réimportation se fasse via un des pays de l'ancienne Union Européenne et que cette douane estampille le volet de réimportation.

Donc: si le titulaire exporte les marchandises depuis un nouvel Etat membre après le 1^{er} mai vers un pays tiers et qu'il souhaite de nouveau importer les marchandises via un nouvel Etat membre, il est conseillé qu'il présente un document T2L à la douane «d'exportation».

Les marchandises seront définitivement importées après le 1^{er} mai vers un nouveau pays membre:

Les marchandises seront importées définitivement à l'aide d'un document douanier d'importation définitive:

- a) Les droits d'importation ne doivent pas être payés s'il y a un document T2L ou si la preuve de l'origine préférentielle est présentée.
- b) La TVA du pays d'importation reste bien redevable !!

Tenant compte du risque de difficultés et des litiges, il est conseillé que le titulaire du Carnet se présente immédiatement à l'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce après son retour. Au moindre doute, la Chambre de Commerce conseille au titulaire de laisser rédiger un certificat de présence. ■

Marché intérieur

SOLVIT – Votre aide aux difficultés sur le marché intérieur

Le marché intérieur, un marché intéressant et varié, offre aux entreprises nombreuses possibilités d'élargir leurs activités sur un marché connu qui, normalement, fonctionne bien.

Néanmoins, les entreprises sont de temps en temps confrontées à des problèmes en raison d'une mauvaise application de la législation communautaire. Dans ce cas SOLVIT peut aider à trouver des solutions dans les délais assez courts. Le système SOLVIT se fonde sur un réseau de «Centres SOLVIT» créé par la Commission européenne et existant dans tous les

Etats membres. Le but de ce réseau est de résoudre les problèmes liés à l'application incorrecte des règles du marché intérieur par une administration publique d'un autre Etat membre.

■ Modalité de fonctionnement

En pratique, le Centre SOLVIT du pays d'origine de l'entreprise encode la demande dans une base de données en ligne. De cette manière, la demande est transmise automatiquement au Centre SOLVIT du pays où le problème s'est posé.

Les entreprises introduisant leurs problèmes bénéficient de l'intervention de SOLVIT qui se charge de trouver une solution sans avoir recours à une action en justice. De plus, les prestations de SOLVIT sont effectuées gratuitement.

Voici un exemple pour un cas typique de SOLVIT:

Une entreprise néerlandaise expédiant du bois d'œuvre au Royaume-Uni a fait l'objet d'un contrôle douanier au port de débarquement britannique. L'entreprise a fait valoir que les autorités britanniques n'étaient pas habilitées à lui faire supporter le

coût de ce contrôle. A la suite de l'intervention des Centres SOLVIT concernés, le Royaume-Uni a accepté d'annuler la mesure.

■ Conditions d'intervention

Pour obtenir l'intervention de SOLVIT les deux conditions suivantes sont obligatoires:

1. Le problème sur le marché intérieur concerne une activité transfrontalière de deux ou plus Etats membres de l'UE;

2. Le problème concerne le non-respect des règles par une administration publique.

Si un problème n'est pas résolu ou si la proposition de solution n'est pas acceptable pour l'entreprise qui a lancé la demande, il y a toujours la possibilité de lancer une procédure plus formelle. Le seuls cas où SOLVIT ne peut pas intervenir est si l'entreprise a déjà engagé une procédure judiciaire.

Si votre entreprise a des problèmes actuels avec l'immatriculation

des voitures, des contrôles aux frontières, l'accès aux marchés des biens ou services, les marchés publics, la taxation, la création d'entreprises etc., nous vous invitons à vous mettre en contact avec l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce qui a la possibilité d'introduire votre cas auprès de SOLVIT. Vous avez la possibilité de contacter l'EIC par téléphone: 42 39 39 - 333, par fax: 43 83 26 ou par e-mail: eic@cc.lu.

Internet

Le nom de domaine .eu

Dans le cadre de l'initiative eEurope, le domaine de premier niveau (TLD) «.eu» devrait définitivement voir le jour d'ici la fin de l'année 2004. L'objectif est de rendre plus facile l'accès et l'utilisation d'Internet et du marché virtuel, qui est de plus en plus croissant, à toutes les entreprises et à tous les particuliers situés sur le territoire de l'Union européenne. Sont aussi visés le développement du commerce électronique et la promotion de l'image de l'UE dans le monde.

Par la création d'un nom de domaine spécifique à l'UE, les entreprises auront ainsi le choix entre les listings gérés aux Etats-Unis, tel que le nom de domaine .com et un nom de domaine européen régi par des règles précises. Le règlement 733/2002/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 avril 2002 concernant la mise en œuvre du domaine de premier niveau .eu définit la mise en place du système ainsi que les règles de base. Au titre de ce texte, il est prévu que l'EURID

(European Registry of Internet Domain Names) soit l'entité en charge de l'organisation, de l'administration et de la gestion du TLD .eu (ex.: L'accréditation des bureaux d'enregistrement, l'enregistrement des noms de domaine demandés par les bureaux accrédités, l'exploitation des serveurs de noms du TLD .eu etc.).

Ce règlement prévoit, avant l'ouverture officielle des enregistrements, une période dite «sunrise period», pour éviter des enregistrements abusifs de noms de domaine ayant déjà un titulaire au niveau national. Selon le calendrier provisoire, cette période devrait s'étendre de septembre à novembre 2004, et permettra uniquement aux organismes publics, et aux titulaires d'un droit antérieur, issu d'un droit national ou communautaire, d'enregistrer leur nom de domaine.

Les personnes pouvant demander l'enregistrement d'un TLD .eu seront les entreprises ayant leur siège statutaire, leur administration

centrale ou leur établissement principal sur le territoire communautaire, les personnes physiques résidant dans un Etat membre et les organisations (ex. associations etc.) établies dans l'UE sans préjudice du droit national applicable.

Cet enregistrement nécessitera une participation financière des demandeurs. EURID a proposé un coût d'enregistrement de dix euros la première année d'existence de ce système. Néanmoins, le coût réel devrait être plus élevé, car EURID n'a pas pris en compte les services additionnels que les clients pourraient contracter auprès du registre. EURID a envisagé, en fonction du nombre d'enregistrements et des recettes engendrées, une réduction à cinq euros dès la seconde année.

Le nom de domaine .eu ne deviendra effectif et les européens ne pourront s'enregistrer, que lorsque toutes les démarches administratives entre la Commission européenne, l'ICANN et l'EURID auront été réalisées.

Bon de commande

(à remplir à la machine ou en lettres majuscules)

Entreprise: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____ @ _____

http:// _____

Nous souhaitons recevoir les textes législatifs suivants

en français en allemand en anglais

autre (à préciser) _____

1 2 3 4

5 6 7 8

9 10 11 12

13



Euro Info Centre – Luxembourg
PME/PMI – Chambre de Commerce

Personne de contact: **Monsieur Niels DICKENS**

7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg
Tél.: 42 39 39-333 • Fax: 43 83 26
E-mail: eic@cc.lu

L'Euro Info Centre - Luxembourg PME/PMI vous offre, par le biais du bulletin de la Chambre de Commerce, la possibilité de commander gratuitement des directives et règlements européens. Ainsi, vous trouverez dans chaque édition du Merkur une liste référentielle contenant une sélection de ces textes législatifs publiés lors de la période précédant sa parution. Tous les règlements et directives publiés pendant cette période peuvent être téléchargés à partir du site web de l'Euro Info Centre - Luxembourg PME/PMI où vous trouverez également une panoplie d'autres informations intéressantes sur les affaires européennes.

<http://www.eicluxembourg.lu>
(Rubrique «Téléchargements»)

Pour obtenir un ou plusieurs des documents listés, il suffit de nous retourner le bon de commande en cochant le numéro du document ainsi que la langue de votre choix. Le(s) document(s) souhaité(s) vous sera/seront transmis gratuitement par courrier normal ou par courrier électronique.

Directives publiées du 15 janvier – 15 février 2004

1	2003/54/CE	Règles communes pour le marché intérieur de l'électricité
2	2003/55/CE	Règles communes pour le marché intérieur du gaz
3	2003/109/CE	Statut des ressortissants de pays tiers résidents de longue durée
4	2003/127/CE	Immatriculation des véhicules
5	2004/7/CE	Système commun de taxe sur la valeur ajoutée

Règlements publiés du 15 janvier – 15 février 2004

6	2286/2003	Code des douanes communautaire
7	2344/2003*	Nomenclature tarifaire et statistique / tarif douanier commun
8	61/2004	Valeur en douane de certaines marchandises périssables 150/2004
9	64/2004	Rémunérations des fonctionnaires des Communautés européennes affectés dans les pays tiers
10	100/2004 180/2004	Mesures restrictives à l'encontre de certaines personnes et entités liées à Oussama ben Laden, au réseau Al-Qaida et aux Talibans
11	128/2004	Méthodes d'analyse communautaires dans le secteur du vin
12	135/2004	Appellations d'origine protégées et indications géographiques protégées (Fraise du Périgord et Queso de Valdeón)
13	139/2004	Contrôle des concentrations entre entreprises

* Rectificatif au document concerné

2004

Journées d'opportunités d'affaires 2004

Afin d'aider les entreprises luxembourgeoises à pénétrer les marchés étrangers, la Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à écouler leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges. ■



Pour tout renseignement supplémentaire concernant les journées d'opportunités d'affaires avec les attachés économiques et commerciaux, veuillez contacter Monsieur David Luty, tél.: 42 39 39-316, e-mail: david.luty@cc.lu.

DATE	PAYS	VILLE
20 janvier	Slovénie, Croatie, Bosnie-Herzégovine	Ljubljana
28 janvier	Kenya	Nairobi
3 février	Irak + Jordanie	Bagdad/Amman
1 mars	Danemark	Copenhague
1 mars	Suède	Stockholm
9 mars	Royaume-Uni	Londres
15 mars	Nouvelle-Zélande	Auckland
15 mars	Australie	Sydney
16 mars	Turquie + Azerbaïdjan	Ankara
16 mars	Grèce + Chypre	Athènes
16 mars	Malaisie	Kuala Lumpur
16 mars	Thaïlande	Bangkok
18 mars	Iran	Téhéran
26 mars	Hong-Kong	Hong-Kong
26 mars	Taiwan	Taipeh
29 mars	Corée du Sud	Séoul
30 mars	Portugal	Lisbonne
13 avril	Chine	Shanghai
20 avril	Canada	Montréal
20 avril		Toronto
11 mai	Etats-Unis	Atlanta
11 mai		Chicago
24 mai	Tunisie	Tunis
24 mai	Egypte	Le Caire
24 mai	Afrique du sud	Johannesburg
26 mai	Chili	Santiago
21 juin	Inde	New Delhi
21 juin		Bangalore
21 juin		Mumbai
21 juin	Philippines	Manila
21 juin	Singapour	Singapour
22 juin	Koweït	Koweït City
28 juin	Hongrie	Budapest
28 juin	Tchéquie/Slovaquie	Prague
28 juin	Pologne	Varsovie
28 juin		Poznan
15 septembre	Israël	Tel Aviv
29 septembre	Cuba	La Havane
1 octobre	Brésil	São Paulo

De **la demande au** en passant

Une entreprise est parfois amenée à ajuster ses objectifs en cours de route. Le plan de changement qui s'en suit ne doit pas nécessairement aboutir à une action de formation.



cahier des charges, par le plan de changement



Comment éviter les formations sur demande et établir un plan de changement qui aidera l'entreprise et ses employés à atteindre leurs objectifs? En appliquant une démarche rigoureuse qui ne débouche pas forcément sur une action de formation.

Le responsable formation s'interroge sur la façon d'éviter, dans la bouche de ses commanditaires, le fameux «Il faut me les former à...» et d'obtenir des demandes du genre «merci de m'aider à construire un plan de changement dans lequel la formation va certainement m'aider à atteindre mes objectifs». Il y parvient en faisant œuvre d'éducation, en refusant de «plaquer» une formation toutes les fois qu'on le lui demande et en conduisant le prescripteur-client à observer une démarche qui part de son ou de ses objectifs pour aller jusqu'à l'écriture d'un plan de changement qui comportera, unique-

ment si c'est nécessaire, une action de formation.

Mais avant d'engager son «client» dans une telle opération, il valide la démarche et vérifie son réalisme à l'aide des étapes suivantes:

- il fait redéfinir les buts, les finalités du plan d'action à mettre en place et fait répondre aux questions: quel changement a provoqué la demande? Un rééquilibrage de l'unité de travail est-il indispensable? Le poids des facteurs humains est-il important dans la réalisation des objectifs? En cas de réponse négative, on abandonne la solution formation;



“ La formation est à considérer comme l'un des moyens d'action du plan de changement ”

- il vérifie que la source des problèmes est bien le résultat d'un manque de capacités ou que les améliorations exigent effectivement des capacités actuellement manquantes chez les collaborateurs;
- il fait lister les différents moyens qui, mobilisés dans une démarche globale, permettront l'atteinte des objectifs; le manque de capacités n'est pas le seul problème, le personnel ne dispose pas toujours d'une bonne lisibilité des effets de ses efforts (absence de tableaux de bord, s'ils existent, fréquence de mise à jour inadaptée...); quelquefois il y a contradiction entre les compétences attendues et le système d'appréciation, voire de rémunération des collaborateurs; si une formation est mise en place, il faut en parallèle modifier les critères d'appréciation ou, du moins, leur pondération;
- il s'assure que la formation est bien un moyen pertinent pour l'atteinte des objectifs finals et des objectifs de formation fixés; par exemple, si l'absence de compétences au poste de travail relève, non pas d'un manque de capacités, mais d'un manque de bon vouloir ou d'un manque de pouvoir, alors le recours à la formation sera inutile;
- il apprécie les chances de succès du projet de changement et celles de chaque moyen envisagé; pour chaque moyen, il estime le degré de résistance au changement de chacun des acteurs concernés; lorsqu'un changement facilite l'atteinte des objectifs personnels, ou augmente le pouvoir d'un acteur dans une situation de travail donnée, alors ce changement n'engendre pas de résistance, en revanche une évolution qui augmente les contraintes, ou diminue le pouvoir, ou en fournit aux autres plus qu'à soi-même, n'engendrera que de la résistance au changement; les moyens d'un plan de changement qui coûtent plus qu'ils ne rapportent seront abandonnés;
- enfin, il formule, auprès du commanditaire, des conditions de réussite du projet et des conseils sur la stratégie à mettre en œuvre pour combattre l'éventuelle résistance au changement des acteurs;

certaines stratégies peuvent limiter cette résistance lorsqu'elle apparaît et d'autres peuvent empêcher son apparition.

A l'issue de ces réflexions, le responsable formation est en mesure de fournir au commanditaire une proposition d'action. Cette proposition peut respecter le plan suivant :

- le contexte du projet avec son historique;
- le ou les buts visés, les objectifs finals, au sens de finalité;
- les diverses solutions possibles dont la formation (uniquement si c'est opportun);
- le ou les publics visés par les actions du plan de changement et, s'il y a lieu, par la formation;
- les éléments du plan de changement à mettre en place; notamment une proposition sur la constitution du groupe de pilotage qui devra écrire ce plan en détail;
- si la formation est retenue comme moyen, la stratégie à utiliser par le formateur pour déclencher l'adhésion des formés et de leur hiérarchie (simple information, participation à la construction pédagogique, à l'élaboration du plan de changement, mise en place d'une formation-action, etc.);
- les objectifs de formation à retenir pour chaque public (les compétences et comportements attendus);
- les éléments matériels et budgétaires pour le plan de changement et, s'il y a lieu, pour l'action de formation (il s'agit, pour l'instant, d'une première évaluation grossière qui permettra de décider, par un calcul de rentabilité, la poursuite ou l'arrêt du projet);
- une proposition sur le mode d'évaluation du plan de changement et de la formation;

Parce que je mérite un banquier qui me comprend !



BUSINESS

ZEBRA

Se prendre le temps de vous écouter, analyser et comprendre vos besoins, anticiper les tendances du marché et agir rapidement avec des solutions pertinentes et efficaces, telle est la vocation de nos conseillers PME. Le développement de produits avantageux en est un atout supplémentaire: les formules **ZEBRA BUSINESS** et **ZEBRA BUSINESS plus** vous proposent tous les services autour de votre compte courant professionnel. Cette offre business "tout compris" inclut tous les services à réelle valeur ajoutée dont vous pouvez profiter au quotidien. Et ceci pour un rapport qualité/prix exceptionnel. N'hésitez plus et renseignez-vous dès aujourd'hui dans une de nos 80 agences à travers le pays ou sous www.zebra.lu.



SPUERKEESS
www.bcee.lu

En parfait partenaire.

- quelques recommandations portant sur les conditions de réussite du projet.

Si le commanditaire accepte la proposition, on passera à l'écriture du plan de changement.

■ L'écriture du plan de changement

Si l'action concerne une vaste population provenant de différents services, un groupe de pilotage est constitué pour impliquer l'encadrement de tous ces services. C'est ce groupe qui construira le plan de changement et en assurera le suivi. Pour sa constitution, on tiendra compte des niveaux de pouvoir en présence et des niveaux de résistance plus ou moins importants. Ce groupe écrit d'abord le plan de changement avec ses aspects temporels, la répartition des responsabilités, la constitution des groupes de travail, l'énoncé des objectifs visés pour chaque action du plan, la définition des modalités de contrôle. C'est également le groupe de pilotage qui suivra les réalisations (feedback sur l'avancement avec niveau des résultats obtenus, décisions d'ajustement si nécessaire), et qui sera informé de l'évaluation finale, tout comme le commanditaire.

L'action de formation est à considérer comme l'une des actions du plan de changement. Elle contribue à la réalisation des objectifs finals par le développement des compétences professionnelles de certains acteurs (les objectifs de formation). Un groupe, désigné par le groupe de pilotage, sera responsable de sa mise en œuvre, des échéances seront à respecter et des modalités de suivi et d'évaluation seront également prévues. Au départ, ce même groupe est chargé de valider le cahier des charges de la formation et, s'il y a achat de prestations externes, il

intervient aussi dans le choix du fournisseur (signalons que cette participation au choix du fournisseur n'est à retenir que pour les actions bien acceptées par les membres du groupe, sinon ils risqueraient d'écarter les bonnes propositions, génératrices de changement, et de privilégier les mauvaises). Le responsable formation sera présent pour aider ce groupe au cours de ses différents travaux. Lorsque le montage pédagogique aura été fait par le formateur, ce même groupe pourra être consulté sur la maquette du stage; il participera éventuellement à un premier stage test.

Le groupe de pilotage du plan de changement définit donc les actions de formation à retenir, il désigne la personne qui aura la responsabilité d'écrire le cahier des charges. Cela peut être le responsable de la ligne du plan considérée, ou un cadre missionné spécialement à cet effet, ou le responsable formation ou encore un formateur de son équipe.

■ L'écriture du cahier des charges de la formation

La proposition d'action qui est présentée, au commanditaire, à l'issue d'un premier travail d'analyse de la demande, constitue une bonne base de départ pour l'écriture du cahier des charges. Les points qui suivent permettent de compléter les informations déjà recueillies pour arriver à une formulation finale. Certaines entreprises ont raison de distinguer le cahier des charges à usage interne qui est un document complet et le cahier des charges en vue de l'achat qui ne reprend que certains aspects du précédent de façon à ne pas influencer les organismes fournisseurs dans leurs réponses et éviter de se priver de certains critères de sélection. Quel-

ques rubriques sont volontairement à omettre, mais le cahier des charges ne doit pas pour autant rester vague. Il doit préciser le plus d'éléments possibles pour permettre aux personnels des organismes consultés d'émettre des avis et des conseils utiles et de construire l'action de formation.

Les points suivants pourront utilement compléter les éléments présentés plus haut, à l'issue de la phase d'analyse de la demande:

- des buts secondaires sont-ils à intégrer dans l'action? L'analyse de la politique de formation de l'entreprise fournit généralement la réponse à cette question: ne faut-il pas que la formation soit un lieu d'échanges pour favoriser le décloisonnement? Ou bien, ne faut-il pas que l'action débouche sur un diplôme? Ou encore, les formés ne doivent-ils pas parallèlement s'entraîner à la coopération? Ne faut-il pas que la pédagogie choisie favorise le développement de l'autonomie? Etc.
- le recueil des besoins de formation s'est-il fait avec les futurs formés? Ont-ils participé à l'élaboration du plan de changement? Il sera peut-être nécessaire d'envisager une phase d'information. Quelle est la motivation des futurs participants? Est-elle spontanée ou pas? Les réponses à ces questions vont permettre de définir le degré d'implication des futurs formés; que devra-t-on prévoir au moment de l'action et de son suivi? Ou bien, la motivation est forte et alors une simple information va suffire; ou bien, la motivation est faible, la participation des formés à des travaux préparatoires pour les faire adhérer aux buts et aux moyens de l'action est nécessaire;

- quels moyens sont envisagés pour la recherche de la motivation des formés? Des négociations entre le prescripteur, la ligne hiérarchique et les formés sont souvent nécessaires. Il s'agit de montrer aux formés en quoi l'action va leur permettre d'atteindre leurs propres objectifs: souhait de participation, obtention d'une hausse de qualification, travail plus facile, baisse du niveau de stress, augmentation de leur considération...
- quelles sont les conditions pédagogiques, les domaines de la formation, les contenus?
- quel est le potentiel pédagogique de l'encadrement? La démultiplication peut-elle s'envisager, serait-elle réaliste?
- quel est le niveau d'homogénéité ou d'hétérogénéité des groupes de formation (niveau des connaissances, niveau hiérarchique, appartenance à des secteurs différents...)?
- quelles recommandations sont à faire auprès des animateurs?
- comment s'effectuera le suivi de la mise en application? Qui en sera chargé? Faut-il préciser des modalités de suivi et d'évaluation, ou simplement les réclamer

aux fournisseurs consultés? (cette seconde option est préférable);

- une régulation pédagogique de l'action sera-t-elle mise en place? Par qui? Comment fonctionnera-t-elle? La réponse à ces questions permet de compléter ce qui a été défini avec le commanditaire. On y ajoutera les modalités d'évaluation des objectifs de formation et des objectifs finals.

Ces travaux sont réalisés avec la hiérarchie et quelques futurs formés ou sont validés par eux.

Jacques Soyer, consultant indépendant, formateur à l'IFCC (site: www.jsconseil.com) ■

● FORAGE ET SCIAGE DU BETON ARME
 ● DEMOLITION PAR CROQUAGE ET VERINAGE
 ● TOUTES SORTES D'ANCRAGES
 ● PONÇAGE ET FRAISAGE BETON
 ● ASSECHEMENT DE BATISSES

Foralux s.à r.l. Zone industrielle, L-8287 Kehlen
 Téléphone: +352 30 71 52 Fax: +352 30 71 58
www.foralux.lu contact@foralux.lu

FORA
 FORAGE ET SCIAGE
 BETON **LUX**

Formation de pour salariés permanents des

En 2003, l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC) en étroite collaboration avec l'ULEDI (Union luxembourgeoise des entreprises de travail intérimaire) a mis en place une formation de perfectionnement pour les salariés permanents des entreprises de travail intérimaire. L'IFCC a réalisé un entretien avec M. Le Jaudet, responsable d'agence auprès de Manpower et lauréat de la session 2003 de la formation en question.

qui est un complément intéressant aux formations internes réalisées chez Manpower. Le module relatif aux mécanismes de calcul des prix par exemple est animé par un formateur qui a travaillé lui-même dans notre secteur et est membre du Conseil d'Administration de l'ULEDI. Par conséquent, les contenus du module en question sont fortement liés au terrain de l'entreprise de travail intérimaire. Le profil choisi par les représentants de l'IFCC pour l'animation du droit du travail à savoir un juriste, spécialiste en la matière, permet d'augmenter nos connaissances juridiques, d'avoir un autre regard sur notre travail quotidien et d'éviter des erreurs.

Merkur: Pourquoi est-ce que vous avez participé à la formation?

Le Jaudet: Tout d'abord je voudrais saluer cette initiative de la part de l'ULEDI d'avoir mis en place, avec l'appui de l'IFCC, une formation spécifique pour le secteur du travail intérimaire. J'estime qu'une telle

action est particulièrement bénéfique pour notre secteur étant donné qu'elle permet de se remettre en question, d'apprendre des nouveautés, d'évoluer, de s'entraîner, d'échanger sur notre travail quotidien, bref de progresser et d'augmenter le professionnalisme dans notre branche.

Merkur: Dans quel sens, la formation a-t-elle répondu à vos objectifs et attentes?

Le Jaudet: D'une part, la formation m'a donné des informations précises par rapport au cadre général du droit du travail et d'autre part, elle m'a permis d'avoir une meilleure vue d'ensemble du cadre spécifique du travail intérimaire et notamment de la loi du 19 mai 1994 portant réglementation du travail intérimaire et du prêt temporaire de main-d'œuvre.

Par ailleurs, il m'importe de relever le caractère aussi bien pragmatique que «théorique» de cette formation

Merkur: Quels sont les résultats observables de cette formation dans votre travail quotidien de responsable d'une agence de travail intérimaire?

Le Jaudet: Je peux utiliser le volet juridique de cette formation au jour le jour notamment lors de mes contacts avec nos clients. Les précisions juridiques reçues m'ont permis de remodeler certains contrats et de donner des informations plus précises et d'une meilleure qualité à nos clients. En outre, j'estime que le module relatif aux mécanismes de calcul des salaires et des prix est très important étant donné qu'il donne une vue d'ensemble de tous les éléments à prendre en considération

Monsieur Jann Le Jaudet, responsable d'agence auprès de Manpower



perfectionnement

entreprises de travail intérimaire

lors du calcul du prix de revient. Par conséquent, le participant peut mieux agir en connaissance de causes et pas uniquement par automatisme.

Merkur: Quels sont les atouts de la formation et pourquoi vous la recommanderiez à vos collègues d'autres entreprises de travail intérimaire?

Le Jaudet: D'une manière générale, je suis d'avis que la formation continue est très importante pour tout salarié, quel que soit le secteur dans lequel il travaille. Une mise à jour continue de nos compétences est nécessaire afin de nous adapter à l'environnement changeant de l'entreprise, d'améliorer notre capacité à ré-

soudre des problèmes, bref de développer des savoir-faire plus efficaces.

En ce qui concerne les atouts de la formation en question, je tiens à relever qu'à côté de la simple transmission des connaissances, l'examen et la certification mis en place permettent une validation et une valorisation des compétences acquises. Le dispositif vise à mesurer et à évaluer très concrètement ce que nous avons réellement appris, bref la plus-value de la formation pour l'entreprise.

Finalement, je voudrais relever que les professionnels du secteur intérimaire viennent tous d'horizons différents et possèdent des qualifications très hétérogènes. Suivre une même formation sectorielle permet

d'avoir des bases de compétences communes dans les entreprises de travail intérimaire au Luxembourg.

Pour tout renseignement complémentaire par rapport au programme et à la session 2004 de la formation en question, prière de bien vouloir contacter:
Institut de Formation de la
Chambre de Commerce
Mlle Eliane Theis
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg/Kirchberg
Tél.: (+352) 423939-220
E-mail: info@ifcc.lu

smz



Un bon acheteur ne se trompe jamais! Il choisit WLW.

- WLW est le moteur de recherche idéal pour les produits et services b-to-b en Europe.
- Plus de 400.000 entreprises répertoriées, dans 15 pays et en 11 langues.
- Recherche rapide et efficace de nouveaux fournisseurs – gratuitement sur Internet.
- Actuel et rapide: les nouveaux clients vous trouvent aisément. Présentez votre entreprise, à une clientèle commerciale internationale.

Allez sur Internet: www.wlw.lu

WLW03/02/B

Un site pour tout savoir sur le cofinancement de la formation professionnelle continue



La formation professionnelle continue (FPC) est une nécessité vitale pour les entreprises! Comment celles-ci peuvent-elles en effet espérer maintenir leur cap de croissance si elles n'intègrent pas la formation des salariés dans leurs stratégies de développement? Une Loi, un Institut national et son site Internet renseignent les entreprises quant aux possibilités qui leur sont offertes de se voir accorder un cofinancement pour leurs investissements en matière de formation – un avantage non négligeable, notamment pour les entreprises exposées à une conjoncture économique difficile.

■ Un guide d'orientation accessible en français, allemand et anglais

Dans le souci de promouvoir la FPC au sein des entreprises luxembourgeoises et de la positionner comme un vecteur privilégié de développement économique et social, l'Institut National pour le développement de la Formation Professionnelle Continue (INFPC), sous tutelle du Ministère de l'Education

Nationale, de la Formation Professionnelle et des Sports (MENFPS), assure les tâches de mise en œuvre de la loi modifiée du 22 juin 1999 ayant pour objet le soutien et le développement de la formation professionnelle continue. Pour sensibiliser les entreprises à l'importance de la FPC et les inciter à adhérer à la loi, celle-ci prévoit une subvention étatique, s'élevant à 10 % de leur investissement en formation.

Le site Internet de l'INFPC contribue de manière essentielle à la diffusion d'informations sur la loi modifiée, qui sont dorénavant disponibles en français, en allemand et en anglais.

■ Une Loi et son mode d'emploi

Les pages du site, accessibles à l'adresse www.infpc.lu, permettent de se familiariser avec la législation luxembourgeoise en matière de FPC et présentent les différents types de demande de cofinancement à adresser au MENFPS en vue de solliciter l'aide financière de l'Etat. Les rubriques «Bilan annuel de formation» et «Demande d'approbation et rapport final» regroupent les informations concernant les définitions, le contenu, les délais à respecter ainsi que les modalités de cofinancement.

Une autre rubrique concerne les deux procédures d'accès au cofinancement. En effet, les entreprises peuvent élaborer leur demande de cofinancement en téléchargeant gratuitement l'application APPLOG, auto-

matisation de la loi modifiée du 22 juin 1999 ou les formulaires de demande disponibles en format Excel.

■ Formations «Loi modifiée» et «Application Applog»

Pour toute information pratique sur les modalités d'accès à la loi modifiée, il est possible de s'inscrire en ligne à une formation (en langue française, allemande et luxembourgeoise). Le site propose également une formation à l'utilisation de l'application APPLOG, qui n'existe pour le moment qu'en version française. Toutefois, l'application est disponible dans les trois langues.

Enfin, le site propose une rubrique informative sur la création et le rôle de l'Institut ainsi que sur la composition de son Conseil d'administration présidé par Monsieur Marc Hostert, Conseiller de direction auprès du Ministère de l'Economie, dont le mandat vient d'être renouvelé pour trois ans. Des pages sont également consacrées aux collaborateurs de l'Institut qui, en coopération avec les responsables homologues du Ministère, constituent les principaux interlocuteurs des entreprises désireuses d'introduire une demande de cofinancement.

(Communiqué par l'INFPC) ■

Pour tout renseignement supplémentaire:
www.infpc.lu ou tél.: 46 96 12-1.

La formation continue de l'ingénieur et du cadre pour innover

Le Centre de Recherche Public Henri Tudor, en partenariat avec l'Université du Luxembourg, a présenté mi-février son premier catalogue annuel de formation. Ce nouveau catalogue regroupe 152 formations, cycles de spécialisation et stages intensifs, conférences, programmes de qualification, formations de formateurs, formations continues diplômantes, représentant quelque 260 jours de formation, ce dans les principaux domaines de compétences du CRP Henri Tudor:

- Esprit d'entreprendre et Innovation;
- Technologies pour la Santé;
- Technologies pour l'Environnement;
- Innovation dans la Formation;
- Veille Technologique, Information et Documentation;
- Management de l'Entreprise et Qualité;
- Management et Technologies de l'Information.

Les formations du catalogue sont réalisées en partenariat avec l'Université du Luxembourg, les chambres professionnelles, les organismes de

formation continue, les universités de la Grande Région, ainsi que les associations de professionnels.

La sortie de ce catalogue annuel de la formation continue coïncide avec la croissance importante du nombre de formations continues organisées par le Centre pour les entreprises. En 2003, les activités de formation du Centre ont représenté 221 jours de formation continue avec plus de 2.750 participants. En 2004, 152 formations continues sont prévues. Ces formations mobiliseront en tant qu'intervenants une centaine de chercheurs du Centre, ainsi qu'une cinquantaine d'intervenants d'universités et d'entreprises de la Grande Région. La publication d'un catalogue annuel s'est donc avérée indispensable pour 2004.

Le catalogue est structuré selon une triple vue: une vue thématique (domaines technologiques), une vue chronologique et une vue par métier de l'entreprise: direction, management, assurance qualité organisation, audit et contrôle, ressources humaines, formation, marketing, ingénierie/étude,

production/logistique, environnement, sécurité, métiers de la santé. Une newsletter diffusée par e-mail et par courrier le 15 de chaque mois et intitulée «TUDORAMA» permettra aux abonnés de s'informer régulièrement des activités organisées par le CRP Henri Tudor en matière de formation continue, de rencontres mensuelles et de conférences. ■



Le catalogue de formation 2004 est disponible auprès de SITec au tél.: +352 42 59 91 - 300, e-mail: formations@tudor.lu.

**WIRTSCHAFTSAUSKÜNFTEN
FORDERUNGSEINZUG**

**Unternehmensspezifische
Lösungen für ein
erfolgreiches Risk-
Management**

Creditreform Luxembourg SA
Tel. 00 352 263460-1
Fax 00 352 263460-50
e-mail info@creditreform.lu

**RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX
RECouvreMENT DE CRÉANCES**

**Solutions spécifiques pour améliorer le
risk-management de votre entreprise**

seit/ depuis 1878

Creditreform

Unternehmen Sie nichts ohne uns

En matière d'entrepreneuriat, **la coopération interrégionale a le vent en poupe**

Le 19 février a eu lieu la première rencontre interrégionale 2004 de maturation des projets de création d'entreprise organisée par Business Initiative dans le cadre du parcours 1,2,3, GO. Plus de 200 participants ont pris part à l'événement. La manifestation s'est déroulée au Novotel à Luxembourg, en présence du Ministre de l'Economie, Monsieur Henri Grethen. Tables rondes et interventions se sont succédées tout au long de la soirée.

Monsieur Thierry Glaesener, Vice-Président de la Chambre de Commerce du Grand-Duché du Luxembourg et Président de Business Initiative a souhaité la bienvenue à toutes les personnes réunies. Depuis sa création en avril 2000, 1,2,3, GO a reçu près de 900 projets, dont 400 ont été acceptés au parcours. 90 entreprises ont vu le

jour et 370 emplois ont été créés. Ces jeunes pousses ont généré un chiffre d'affaires global de près de 20 Mio d'euros. Dans le même temps, le Luxembourg enregistrait près de 230 projets déposés, dont plus de 100 étaient acceptés. 13 projets se sont vus récompensés et 29 sociétés se sont constituées. En trois ans, le chiffre d'affaires global s'élève à plus de 4,7 Mio d'€ pour 112 emplois créés.

Le Ministre Henri Grethen a annoncé la mise en place d'un Comité National de la promotion de l'esprit d'entreprise. Son objectif sera de mettre en place une coordination et un suivi des actions menées par tous les acteurs concernés. Le Comité sera composé des représentants des Ministères de l'Economie, des Classes Moyennes, d'Etat, de l'Education, de la Culture, de la Recherche et de l'Enseignement

Supérieur, du Travail et des Finances, de la SNCI, de la Chambre de Commerce, de la Chambre des Métiers, de la Fédération des Artisans, de la Confédération du Commerce et du secteur Horesca. Il a adressé un message de soutien aux futurs créateurs, porteurs d'espoirs de prospérité et de diversification économique.

Lors d'une première table ronde coaches, porteurs de projets ou ex-lauréats de 1,2,3, Go ont été invités à témoigner de ce que leur a apporté 1,2,3, Go. Pour les créateurs, le parcours leur a permis de structurer leur démarche de création et de construire un plan d'affaires à l'épreuve des futures questions des capitaux risqueurs, banquiers et autres organes de financement. Les coaches, quant à eux, sont satisfaits de pouvoir partager leurs expériences. Au cours d'une deuxième table ronde, les directeurs et responsables des différentes Chambres de Commerce de la Grande Région ont été invités à témoigner de l'intérêt d'une globalisation interrégionale des actions d'aides à la création d'entreprise. Depuis l'accord signé en juin 2003, les Chambres de Commerce de la Grande Région (Saar-Lorr-Lux et Wallonie) ont pris sous leur responsabilité la pérennisation du réseau 1,2,3, GO.

M. Alexandre Codran, Administrateur Délégué de Business Initia-



Séance de travail entre un coach et un porteur de projet

tive a, quant à lui, rappelé aux porteurs de projet l'importance du respect du «timing»: une idée doit être transformée rapidement en plan d'affaires, puis en entreprise.

Ces exposés se sont clôturés par le tirage au sort de nombreux cadeaux offerts par les sponsors de la soirée pour encourager les porteurs de projet dans leur démarche. En fin de soirée, les participants ont été invités à échanger questions et conseils autour d'un buffet.

1,2,3, Go offre la possibilité de pouvoir s'inscrire *à tout moment* et tout au long de l'année à son parcours de plans d'affaires. Pour cela,

il suffit de déposer une idée de création d'entreprise sur le site: www.123go-networking.org

Le prochain rendez-vous interrégional est fixé début mai 2004, pour l'organisation d'un «Business Plan Booster» en Wallonie. L'objectif de cette manifestation à venir est de permettre aux futurs créateurs d'entreprise de finaliser leur plan d'affaires en travaillant de manière intensive et en collaboration directe avec plusieurs coaches réunis, en même temps, sur un même lieu.

Pour le 31 mai 2004, chaque créateur devra remettre un plan d'affaires complet pour pouvoir partici-

per à la remise de prix interrégionale qui se tiendra fin juin en Lorraine. Un jury indépendant évaluera les idées de création d'entreprise selon une liste de critères établis par le consultant McKinsey pour 1,2,3, GO. Les projets innovants ou à fort potentiel économique sélectionnés pourront gagner des prix en espèce, en matériel et en services pour un montant total de 80.000 €. ■

Pour plus d'informations:
www.123go-networking.org

EUREKA

7^e appel à projets ITEA

ITEA (Information Technology for European Advancement) est le programme leader en Europe pour la R&D précompétitive en logiciels, embarqués et distribués. ITEA est l'un des acteurs majeurs de l'Espace de Recherche Européen (ERE) par le soutien qu'il apporte à des projets coopératifs entre partenaires de différents pays dans le cadre de l'initiative intergouvernementale EUREKA et financés par les programmes nationaux.

Le contenu des projets d'ITEA, à fort contenu industriel, est proposé par les partenaires eux-mêmes. Les règles EUREKA s'appliquent: un projet est recevable dès lors qu'il implique au moins deux sociétés indépendantes de deux pays différents. En général, ce nombre est plus élevé pour ITEA, car il s'agit de développer des technologies et de les valoriser dans le contexte précompétitif. Les projets d'ITEA sont de taille importante (de 40 à 300 personnes/an) avec une durée maximale de 30 mois. Il est recommandé

de constituer des groupements incluant des groupes industriels, des PME/PMI et des universités ou instituts de recherche.

■ Soumission des avant-projets jusqu'au 2 avril 2004 au plus tard

Les appels à projets d'ITEA comportent une évaluation en deux étapes. La première comporte l'avant-projet sommaire qui, s'il est retenu, pourra faire l'objet d'un projet détaillé. Les deux étapes sont soumises à une évaluation rigoureuse. Un projet détaillé retenu reçoit le label ITEA et le groupement peut ainsi soumissionner aux programmes de financements nationaux.

Depuis le début du programme en 1999, 49 projets ont reçu le label ITEA. 24 sont déjà achevés et 25 sont en cours ou doivent démarrer dans un avenir proche. Avec plus de 300 partenaires dans 18 pays, le programme d'ITEA a contribué à

créer une très solide base pour des développements concurrentiels futurs. Plusieurs projets ont déjà donné lieu à la commercialisation de produits aussi bien qu'à la création de spin-offs. Les domaines d'application sont extrêmement variés, du génie logiciel pour familles de produits aux plateformes embarquées par exemple pour l'automobile, la maison intelligente ou les systèmes de communication et l'avionique.

■ Contenu technique

ITEA a publié une liste de thèmes particulièrement d'actualité pour ce 7^e appel à projets, parmi lesquels les technologies de création et capture de contenu, de réseaux et protocoles de communication, de sécurité et d'interaction homme-système. Les domaines détaillés peuvent être retrouvés sur le site Internet d'ITEA: www.itea-office.org, sous la rubrique «Project calls – Technical content».



■ Participation

Si vous souhaitez participer, informez-vous dès maintenant sur le site d'ITEA et renseignez-vous sur les modalités de financement public auprès de Luxinnovation, qui assure pour le compte du Ministère de l'Economie le secrétariat national de coordination EUREKA au Luxembourg.

Luxinnovation assure également la fonction de point de contact national officiel pour les projets

de recherche menés au niveau du 6^e Programme-Cadre Européen de Recherche et Développement (PCRD) ainsi que de l'Agence Spatiale Européenne (ESA). Contactez Luxinnovation si vous envisagez de

mener un projet de recherche en collaboration avec des partenaires étrangers. Nos conseillers étudieront les possibilités de financement qui vous sont proposées aux niveaux national et européen. ■

Vous trouvez également toutes les informations utiles sur les différents programmes de recherche européens sur le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche www.innovation.public.lu.

Contact: Monsieur Marc Ferring • Tél.: +352 43 62 63 1

Email: marc.ferring@luxinnovation.lu • Web: www.luxinnovation.lu

6^e programme-cadre de recherche et de développement

Atelier sur la **rédaction** **d'une proposition et la négociation** **d'un contrat**

L'Association européenne des gestionnaires et administrateurs de la recherche (EARMA) organise des ateliers consacrés à la rédaction d'une proposition éligible dans le cadre du 6^e PCRD (Programme-cadre de recherche et de développement de l'Union européenne) le 27 avril prochain ainsi qu'un atelier, le 28 avril, basé sur la

négociation, la gestion et l'administration d'un contrat communautaire dans le domaine de la recherche. Les formations se tiendront au Sweden House, 3 rue du Luxembourg à Bruxelles. Les frais de participation pour chaque atelier s'élèvent à 375,- EUR par participant non-membre de l'EARMA et 275,- EUR pour les membres. Les ateliers seront

animés par le Dr Sean Mc Carthy de Hyperion Ltd. ■

Pour plus d'informations, consultez:

<http://www.hyperion.ie/course217.htm> et

<http://www.hyperion.ie/course1218.htm>

European Innovation Award 2003

Distinction pour le professeur luxembourgeois **Antoine Weis**

L'équipe de recherche du professeur Antoine Weis a vu ses travaux classés au second rang de la catégorie «Biotech-Medical» des «European Innovation Awards 2003» du Wall Street Journal

Europe. Antoine Weis, professeur ordinaire et président du département de physique de l'Université de Fribourg, a reçu ensemble avec ses collègues Georg Bison et Robert Wynands cette distinction qui leur a

également rapporté une mention honorable toutes catégories confondues pour la mise au point d'un système de mesure de type magnéto-cardiographie (MCG) permettant un dépistage précoce des troubles cardiaques sans faire appel à une technologie trop coûteuse.

(Communiqué par le ministère de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche) ■



PROGRAMME DE FORMATION 2004

INTITULÉ	DATES	HORAIRE	PRIX
AFTER WORK TRAINING PROGRAM			
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES			
Gestion et calcul des salaires	20/04 - 11/05/2004	Mardi et jeudi de 18.30 - 21.00	150,00 €
COMPTABILITÉ			
Aspects fiscaux de la comptabilité	4/05 - 25/05/2004	Mardi et jeudi de 18.30 - 21.00	150,00 €
COURS DE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL			
SÉCURITÉ ET SANTÉ AU TRAVAIL			
Travailleurs désignés en matière de sécurité et de santé au travail	21/04 - 13/07/2004	Mardi 08.30 - 12.00 et 13.30 - 17.00	500,00 €
SÉMINAIRES			
MARKETING ET COMMERCIAL			
Marketing des services	15, 16/03/2004	09.00 - 12.30 et 13.30 - 17.30	265,00 €
Communication appliquée pour délégués commerciaux	25, 26/03/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Cybermarketing	29, 30/04/2004	09.00 - 12.00 et 13.30 - 17.30	265,00 €
Démarche marketing	4, 10, 11/05/2004	09.00 - 12.00 et 13.30 - 17.30	400,00 €
COMPTABILITÉ ET FINANCES			
Techniques de base de l'analyse financière	28/04 et 05/05/2004	09.00 - 12.00 et 13.30 - 17.30	265,00 €
Balanced Scorecard: Traduire la stratégie d'entreprise en objectifs opérationnels	7, 14/05/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Trésorerie et gestion des flux financiers en entreprise	10, 11/05/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES			
Gestion et calcul des salaires	22, 23/04/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
DÉVELOPPEMENT PERSONNEL			
Initiation aux techniques de coaching en entreprise	18, 19/03/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Praktische Menschenkenntnis: Sich selbst und andere besser kennen lernen	26, 27/04/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Rhetorik: Frei und überzeugend sprechen	22, 23/04/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Kreativität als Lösungsstrategie im Beruf und Alltag	13, 14/05/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Selbst-Management und Wettbewerbs-Strategien	13, 14/05/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
RELATIONS SOCIALES ET PROFESSIONNELLES			
Savoir mieux gérer son temps de travail	22, 23/03/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Zielgerichtet und effektiv kommunizieren	22, 23/04/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Délégation, un outil au service de la performance	6, 7/05/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
Führungskompetenz: Wie führe ich mein Team zum Erfolg?	6, 7/05 et 17, 18/06/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	520,00 €
DROIT			
Réglementation d'aspects spécifiques d'une relation de travail	19/03/2004 et 26/03/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30 09.00 - 14.00	200,00 €
Sécurité sociale luxembourgeoise	6, 7/05/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
FISCALITÉ			
Déclaration de TVA du commerçant	30/03/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	160,00 €
Aspects fiscaux de la transmission d'entreprise	14/05/2004	09.00 - 14.00	140,00 €
BUREAUTIQUE			
MS-WORD - Tableaux et organigrammes	21/04/2004	09.00 - 14.00	140,00 €
MS-EXCEL - Diagramme und Visualisierung von Daten	23/04/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	160,00 €
MS-WORD - Formulaires et lettres types	28/04/2004	09.00 - 14.00	140,00 €
MS-EXCEL - Durchführung effektiver Analysen	13, 14/05/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265,00 €
MS-WORD - Créez votre papier en-tête	12/05/2004	09.00 - 14.00	140,00 €
MS-WORD - Mailings	5/05/2004	09.00 - 14.00	140,00 €
TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION			
Recherche d'informations sur Internet (avec le soutien du Fonds Social Européen)	22, 29/03/2004	09.00 - 12.30 et 14.00 - 17.30	150,00 €

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez vous adresser à:
Institut de Formation de la Chambre de Commerce

||| Locaux:

7, rue Alcide de Gasperi · Luxembourg-Kirchberg

☒ Adresse postale:

Institut de Formation de la Chambre de Commerce
L-2981 Luxembourg

☎ (+352) 423939-220

☎ (+352) 423939-820

✉ info@ifcc.lu

🌐 www.ifcc.lu



Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Fabricant de succès

Partage de ressources informatiques: des expériences concluantes

Engager un informaticien à plein temps représente pour bon nombre d'entreprises de petite taille, comptant un nombre limité de postes informatisés un conflit tant au niveau financier qu'au niveau de la charge de travail. Voilà pourquoi le partage d'informaticiens entre plusieurs sociétés peut présenter de sérieux avantages, comme en témoigne cet article relatant l'expérience de la société Soteg.

La taille de Soteg, société importatrice de gaz naturel au Luxembourg, ne justifiait pas l'engagement d'un informaticien. De ce fait, Soteg a été une des premières sociétés à s'intéresser au projet innovant du CRP Henri Tudor visant à partager les ressources informatiques de PME-PMI luxembourgeoises. Outre la gestion collaborative des ressources, d'autres raisons ont motivé Soteg: «Le point de départ de l'assistance proposée par ce projet est une analyse de l'existant. Un rapport d'évaluation a donc été fait de manière professionnelle et cette analyse de notre informatique a véritablement révélé et structuré nos besoins. «Ceci nous a convaincu» nous confie Marc Meyer, chef du département technique chez Soteg. En outre, la réputation du Centre de Recherche a pesé dans la décision de faire partie du projet: «faire appel au CRP Henri Tudor était un gage de réussite» car comme nous le dit Marc Meyer «nous avons estimé que le CRP

aurait les moyens et les compétences nécessaires pour nous aider».

Ainsi dès septembre 2002, Soteg décide d'être partenaire du projet et se lance dans l'aventure. Son souci premier était d'avoir une vue générale du parc informatique, d'en faire une documentation complète pour ensuite pouvoir harmoniser les équipements hardware et software. Car jusque-là, l'informatique de Soteg n'étant pas structurée, ni harmonisée, il a fallu investir un temps important dans la recherche et le suivi des problèmes spécifiques à chaque poste de travail. Au fil du temps, des besoins supplémentaires sont apparus, et les informaticiens du Centre Henri Tudor ont pu assister Soteg dans ses nouvelles exigences de sécurité notamment.

L'heure n'est pas encore aux bilans mais les résultats sont déjà bien présents. Le suivi est mis en place et Soteg en récolte ses premières expériences. Comme nous le confirme Marc Meyer, «le projet a

déjà permis une amélioration de la qualité de notre informatique, tant au niveau de l'optimisation du mail serveur et du file serveur qu'au niveau de la réduction des pannes sur les machines ou de la mise en place d'une protection antivirus».

Mais des progrès sont encore à faire. Des outils nouveaux sont mis en place et on perçoit une attente de résultats concrets: l'outil REMEDY qui permet via le web de contacter les informaticiens en cas de problème devrait améliorer les temps de réponse en cas de problème. Ainsi, la période actuelle est une phase décisive pour la réussite du projet: tous les partenaires sont autour de la table, les demandes sont bien définies, les structures et les outils aussi et il faut maintenant se concentrer sur l'objectif principal, à savoir, bénéficier d'un véritable help desk centralisé et fonctionnant de manière optimale.

Au final, Marc Meyer estime que le projet «Noemi» du CRP Henri Tudor, qui est co-financé par Interreg III, présente des avantages indéniables: «Le fait de travailler avec un partenaire qui ne calcule pas en heures de régie mais qui a un intérêt identique au nôtre est essentiel: les informaticiens du CRP gèrent au mieux l'informatique pour intervenir le moins possible, ils font en quelque sorte partie de notre société» conclut-il. C'est véritablement une relation de confiance qui s'est instaurée et qui est l'élément moteur de ce projet. ■

Information Technology Infrastructure Library: Service Compris

L'Information Technology Infrastructure Library (ITIL) est devenue le standard utilisé dans le cadre de la gestion des services informatiques (Service Management). Il s'agit d'un référentiel d'origine britannique du début des années 80 mais qui n'a cessé de grandir et de s'étayer grâce aux témoignages des sociétés, petites ou grandes, publiques ou privées et à un forum itSMf (it Service Management forum).

A ce jour, ITIL se compose de deux branches maîtresses nommées Service Support et Service Delivery pour lesquelles l'Office of Government Commerce a publié deux manuels. L'intérêt des pays francophones pour ITIL étant grandissant, ces publications de référence commencent à être traduites en français.

ITIL se caractérise par la séparation des activités informatiques en processus clairement identifiés pour lesquels des activités, des indicateurs de mesure et de performance, des rôles et des responsabilités sont définis. Ainsi, 10 processus et une activité (le Service Desk) sont analysés, ce qui permet de mettre en avant nombre de bonnes pratiques.

Les processus du Service Support couvrent essentiellement la partie réactive des activités avec, notamment, le service Desk, la gestion des incidents, la gestion des problèmes, la gestion des configurations, la gestion des versions et la gestion des changements.

Les processus de Service Delivery couvrent quant à eux les processus de Service Level Management, la gestion de la disponibilité, la gestion de la capacité, la gestion financière des services informatiques ainsi que la gestion de continuité des services informatiques.

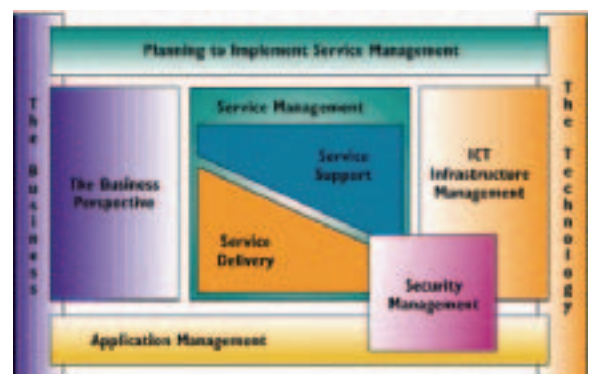
Il est évident que tous ces processus doivent être adaptés à la taille du service informatique: c'est un des points forts d'ITIL. Ainsi, certains processus sont fondamentaux, d'autres peuvent être combinés et d'autres ne seront même pas abordés dans le cadre d'une PME-PMI.

Deux types de certification ITIL existent: ITIL Foundation et ITIL Service Manager. La première consiste en un questionnaire à choix multiple de 40 questions – la seconde est un examen beaucoup plus long et ardu. Très prochainement, ces certifications seront accessibles.

Mais ITIL englobe aussi d'autres grands thèmes qui sont:

- Application Management
- ICT Infrastructure Management

- The Business Perspective
- Security Management
- Planning to Implement Service Management



■ Projet ITIL: une équipe d'informaticiens au service de plusieurs PME

Ce référentiel ITIL est notamment la base de travail d'un projet du Centre de Recherche Public Henri Tudor visant à partager des ressources informatiques entre PME-



PMI. Deux informaticiens qualifiés sont à la disposition de six sociétés partenaires dans le but d'améliorer l'informatique de ces PME dans deux directions: augmenter la qualité et diminuer les coûts.

Les processus de gestion des incidents, des configurations et des changements en sont les principales références.

Alors, si vous êtes intéressé par ITIL, commencez par vous poser les questions suivantes:

- Quelles sont les forces et les faiblesses de mon informatique? Quel est son état?
- Quels sont mes projets?
- Comment envisager l'informatique pour ma société dans x années?

Vous avez déjà des embryons de réponses à ces questions? Alors ITIL pourra vous aider et votre investissement sera rentabilisé. Cette activité de Service Management aura un impact important et positif sur la qualité de vos services informatiques et sur l'image de la société toute entière (meilleure disponibilité, meilleure fiabilité).

Une finalité parmi tant d'autres du Service Level Management est la

mise en place de contrats de services (Service Level Agreement) qui sont des documents écrits, engageant les deux parties de l'accord et dont les données qui composent ledit contrat doivent absolument être mesurables et vérifiables. Il est donc important, avant de mettre en application ces SLAs, de pouvoir identifier les paramètres à mesurer mais aussi de réussir à les mesurer concrètement.

Avec des processus fonctionnels, opérationnels aux données mesurables, il ne sera que plus facile d'intégrer ces données dans les contrats

de qualité de service. Ceci met en évidence une des raisons de mettre en place ITIL dans vos sociétés. ■

Pour de plus amples renseignements sur ITIL, sa mise en place ou l'évaluation de la maturité des services informatiques de votre société, n'hésitez pas à contacter le CRP
Henri Tudor:
Bernard.direnzo@tudor.lu ou
sylvie.prime@tudor.lu

Disposer d'un service informatique clés en main. Maîtriser ses coûts et sa qualité... Une gageure?

Le CRP vous invite à découvrir les avantages offerts par la mise en commun de compétences informatiques entre PME.

Quand: le 27 avril 2004

Où: Chambre des Métiers de Luxembourg

Infos et inscriptions:

Christiane Keiser – tél.: 42 67 67 266 ou christiane.keiser@cdm.lu

En partenariat avec la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers de Luxembourg.

Votre sécurité nous intéresse!

"LUX-top" - l'original,
la protection antichute "par excellence"



LUX-EURO-Trade sàrl
45, rue de Hussigny
L-4461 Belvaux
Tél. + Fax: +(352) 59 60 50
GSM: +(352) 091 59 60 50
E-mail: contact@safetyconcept.lu



Safetyconcept

Your security - our job!

Preliminary data about the results of the second IST call for proposals

The second call for proposals under the information society technologies (IST) section of the Sixth Framework Programme (FP6) has generated requests for over 4.1 billion euro of EU funding, almost eight times the amount available for the call. 1,079 proposals were evaluated and 276 proposals, representing a total request of over 1 billion euro, have passed all eligibility and evaluation thresholds. The EU has allocated an indicative 525 million euro for this second call.

The Commission intends to select projects for funding by mid to late February and to conduct negotiations with selected project managers during March, April and May. It is expected that all contracts will be finalised in time for projects to start in the summer of 2004.

Morten Moeller of the European Commission's Information Society DG, who manages IST evaluation operations, said that the second call generated a very good response from a number of different IST stakeholders. Projects worth 1.3 billion euro were proposed by industrials, while 1.2 billion euro was requested by universities and colleges of higher education. Research organisations asked for 827 million euro and SMEs (small and medium

sized enterprises) proposed projects worth 700 million euro.

The electronic submission procedure proved popular, with over half of proposals being submitted online. The Commission is now considering whether to make the next IST call the first all digital call under the EU Framework Programmes.

The areas covered by the second IST call include open development platforms, applications for mobile workers and users, embedded systems and advanced displays. Call 3 of the FP6 IST priority will be published in May 2004.

Luxinnovation has been officially named National Contact Point for all FP6 programmes (information society, nanotechnologies, materials, biotechnologies, environment, ...). The agency provides expertise in the management of FP6 projects submission:

- eligibility check
- partner search
- pre-audit of the proposal

The agency also promotes international cooperation in the framework of EUREKA initiative and programmes of the European Space Agency (ESA).

If you have a current project in any area or intend to collaborate with foreign partners (private or public) to develop a new product, a new process or a new technology, please do not hesitate to contact us. Our advisers will analyze the financing possibilities offered both at national and European levels.

To find out synthetic information and participation conditions and modalities regarding the different European research programmes, please visit the Luxembourg portal for innovation and research: www.innovation.public.lu.

Contact:

Mr Jean Michel Ludwig

Phone: +352 43 62 63 1

Email:

jean-michel.ludwig@luxinnovation.lu

Web:

www.luxinnovation.lu



ASSOCIATION LUXEMBOURGEOISE DES CONSEILS COMPTABLES ET FISCAUX

Pour une bonne tenue de votre comptabilité, rien de tel qu'un partenaire de confiance.

Les membres de l'ALCOMFI au service des petites et moyennes entreprises et des professions libérales.

ALCOMFI ASBL
BP 477 • L-2014 Luxembourg
www.alcomfi.lu



La situation économique au Luxembourg: **Evolution récente et perspectives**

Après un deuxième trimestre 2003 difficile, nombre d'indicateurs économiques se sont de nouveau orientés à la hausse. L'activité dans l'industrie, le commerce ou la construction de logements s'est révélée soutenue sur le deuxième semestre de l'année. Pour le secteur financier, les banques de la Place présentent toujours des résultats négatifs par rapport à l'année 2002, mais on assiste cependant à un retournement de tendance, qui va dans le sens d'une amélioration, depuis le troisième trimestre 2003. Pour les autres services marchands, les résultats sont très contrastés selon le type d'activité. Sans pouvoir parler d'une reprise économique généralisée, les perspectives sur l'activité future s'éclaircissent au fil des derniers

mois, influencées notamment par les espoirs d'une croissance plus forte au sein de la zone euro. Cette embellie ne pourra toutefois avoir un impact positif sur le marché du travail, toujours déprimé, qu'à une échéance plus lointaine.

Tels sont les principaux points analysés dans la Note de Conjoncture n° 4-2003, que le Statec vient de publier sur son site Internet, qui retrace la situation économique récente du Luxembourg à la lumière des indicateurs statistiques disponibles au début de l'année 2004. L'évolution récente des principales branches d'activité, l'inflation, les salaires, les relations économiques extérieures et le marché du travail y sont traités en détail. Cette Note comporte en outre trois analyses complémentaires: «Effets de la

dépréciation du dollar US sur l'économie luxembourgeoise», «Durée du travail et emploi» et «Les finances publiques dans le contexte économique actuel».

■ Reprise dans l'industrie et maintien de la consommation

La grande majorité des économies de l'Union européenne avaient connu un deuxième trimestre de stagnation, voire de récession pour notamment les trois «grands»: Allemagne, France et Italie. Ce ralentissement s'était aussi fait sentir au Luxembourg, pour lequel la plupart des indicateurs d'activité donnaient des signes de faiblesse.

A partir du troisième trimestre 2003, l'économie luxembourgeoise

Tableau 1: Aperçu synoptique de l'économie luxembourgeoise

Taux de croissance en %

	1985-2002	2001	2002	2003 ³	2004 ³	2005 ³	2006 ³
PIB à prix courants (en Mio EUR)	...	21 987	22 396	23 038	24 148	25 566	27 032
PIB en volume	5,6	1,2	1,3	1,2	2,0	3,0	3,8
Consommation finale des ménages et IS BLSM	3,7	4,5	2,3	1,6	1,9	2,5	2,5
Consommation finale des administrations publiques	5,1	7,0	4,2	3,8	2,1	2,9	3,0
Formation brute de cap. fixe (hors var. stocks)	7,9	10,1	-1,4	0,5	1,9	3,3	6,2
Exportations de biens et services	7,7	2,6	-0,3	1,6	3,7	5,4	6,9
Importations de biens et services	7,2	4,8	-1,6	2,0	3,9	5,6	7,1
Emploi intérieur total ¹	3,4	5,6	3,1	1,7	1,1	1,8	2,2
Inflation (déflateur implicite de la consommation privée) ¹	2,4	3,3	2,3	2,0	1,8	1,6	1,3
Coût salarial moyen ¹	4,1	3,7	3,2	2,6	2,1	2,6	1,5
Taux de chômage (chômage inscrit en % de la population active) ²	2,1	2,6	3,0	3,8	4,1	4,3	4,4

¹ Etablis selon la méthodologie de la comptabilité nationale; ² Rupture de série en 1997; ³ Prévisions (octobre 2003) – Sources: STATEC, ADEM, IGSS

a continué à évoluer en phase avec les autres pays de la zone euro, mais cette fois-ci dans la direction d'une reprise de l'activité.

La production industrielle est répartie à la hausse depuis juillet et les résultats des enquêtes d'opinion auprès des industriels laissent espérer une tendance similaire pour les deux derniers mois de l'année. Ceci devrait se concrétiser par un résultat en hausse d'environ 2,5 % pour l'année 2003 (contre 1,5 % l'année précédente).

Le secteur du commerce reste orienté à la hausse sur le troisième trimestre, particulièrement dans la vente de véhicules, de carburants et dans le commerce de gros. Même si le moral des ménages semble altéré par une situation difficile sur le marché du travail (avec un taux de chômage qui a dépassé les 4 %), le niveau de consommation semble bien se maintenir. Etant donné le degré d'ouverture important du Luxembourg, la demande extérieure contribue évidemment à cette hausse des ventes (avec une partie de facteurs non conjoncturels), mais il faut signaler que la consommation domestique fait preuve de dynamisme également: les taux d'intérêt historiquement bas constituent

notamment une forte incitation à consommer (la hausse des crédits à la consommation en témoigne) plutôt qu'à épargner.

Les taux d'intérêt faibles stimulent aussi le crédit à l'habitat. Le secteur résidentiel est d'ailleurs un des seuls domaines de la construction pour lequel à la fois les résultats observés et les perspectives soient nettement positifs. Pour la construction de bâtiments non résidentiels et le génie civil, la production a certes enregistré une croissance sur le troisième trimestre, mais les opinions sur l'avenir se sont plutôt dégradées sur la deuxième partie de l'année.

■ Redressement du secteur financier mais situation contrastée dans les autres services

Le secteur financier présente toujours des résultats négatifs par rapport à 2002, mais la situation semble s'être améliorée à partir du troisième trimestre, surtout si l'on fait abstraction de phénomènes exceptionnels dans les résultats des banques en 2002. L'évolution favorable des prestations de services financiers pour le compte de non-

résidents observée sur le troisième trimestre au niveau de la balance courante, de même que l'appréciation de la balance du revenu des investissements imputable au secteur bancaire, confirment aussi cette tendance. Au niveau de l'emploi en revanche, le secteur enregistre toujours des pertes nettes d'effectifs (environ un millier d'emplois supprimés sur un an à l'issue du troisième trimestre 2003).

Les autres services marchands présentent des résultats pour le moins contrastés. L'horeca, les services de transports, les activités immobilières ou les services liés à l'informatique affichent toujours un recul de l'activité par rapport à 2002 (en terme de chiffre d'affaires), bien que les performances à l'intérieur même de chacune de ces branches soient hétérogènes.

Pour les services fournis principalement aux entreprises (secteur qui représente environ 10 % de l'emploi salarié intérieur), on constate à l'inverse une poursuite de la croissance sur la même période: un peu moins forte qu'au premier semestre dans les activités juridiques et comptables, mais plus vigoureuse pour ce qui concerne les entreprises de travail intérimaire.



Tableau 3: Evolution récente de l'économie luxembourgeoise: autres indicateurs

Variations annuelles en %, sauf mention contraire

	avr-03	mai-03	juin-03	juil-03	août-03	sept-03	oct-03	nov-03	déc-03	Moyenne des trois derniers mois	Même période de l'année précédente
Prix, salaires											
Indice des prix à la consommation (IPCN)	2,2	1,9	1,8	1,6	2,0	2,1	1,7	1,8	2,1	1,9	2,2
Inflation sous-jacente	2,1	2,1	2,0	1,7	2,0	2,2	2,1	2,0	2,1	2,1	2,2
Prix pétroliers	4,9	-1,8	-3,7	-0,9	0,0	0,2	-8,8	-2,3	1,1	-3,4	3,6
Indice des prix à la production industrielle	1,8	2,5	2,1	0,4	0,3	0,3	0,7	0,8	...	0,6	0,1
Indice des prix à la construction ¹	1,8	2,8
Coût salarial moyen, par mois et par personne	3,8	1,8	2,2	1,8	2,9	4,5	3,1	3,3
Emploi, chômage											
Emploi salarié intérieur	2,0	1,8	2,2	2,0	2,1	2,0	1,9	1,8	2,1	2,0	2,5
Emploi national	1,0	0,9	1,0	0,9	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	1,3
Taux de chômage (en % de la pop. active)	3,5	3,6	3,5	3,7	3,6	3,9	4,0	4,1	4,1	4,1	3,3

¹ Données seulement disponibles trimestriellement: 2003 T4; ² Pour des raisons techniques, la publication des résultats des valeurs unitaires à l'exportation et à l'importation est suspendue. Les évolutions «en volume» des exportations et importations de biens le sont donc également. – Sources: STATEC

■ Inflation et hausse des coûts du travail comparables à la zone euro

L'inflation sur l'ensemble de l'année au Luxembourg (+2,0 % pour l'IPCN) est comparable à celle de l'ensemble des autres pays de la zone euro (+2,1 %), bien que l'évolution sur les derniers mois de l'année soit différente, avec une accélération dans les pays voisins, Allemagne, France et Belgique, et une tendance à la modération sur cette période pour ce qui concerne le Luxembourg.

A l'inverse, si l'on compare la hausse du coût horaire du travail, on constate qu'elle était légèrement inférieure à celle de la zone euro sur le début de l'année 2003, mais que les deux se rejoignent sur le troisième trimestre (suite à la nouvelle tranche indiciaire pour le Luxembourg).

■ L'emploi croît toujours, le chômage aussi

L'emploi salarié intérieur croît toujours à un rythme annuel légèrement supérieur à 2 % ce qui ne suffit pas à enrayer la hausse du chômage. Ce dernier progresse mais on constate un ralentissement sur les derniers mois.

Les grands secteurs qui enregistrent des pertes nettes d'emplois en 2003 (variation annuelle en septembre) sont le secteur financier, plus précisément le secteur bancaire, et l'industrie manufacturière, plus précisément les activités liées à la métallurgie et l'industrie alimentaire.

■ Perspectives

Si la reprise se fait sentir assez nettement dans l'industrie et que le secteur bancaire poursuit sa convalescence, le retour à la croissance est loin d'apparaître comme un phénomène généralisé pour le moment, du moins à la lumière des principaux indicateurs statistiques disponibles. Le retournement de la conjoncture à partir de la fin 2001 – début 2002 n'a pas encore fini de produire ses effets.

Pour l'ensemble de la zone euro, la reprise constatée à partir du second semestre 2003 devrait perdurer sur l'année 2004, sous condi-

tion que la demande mondiale se maintienne à un niveau élevé.

Cette évolution est certes souhaitable aussi pour le Luxembourg, mais il faut rappeler que la part de l'industrie dans l'économie luxembourgeoise, essentiellement axée sur les services et plus particulièrement les services financiers, n'a pas la même importance qu'en Allemagne ou en France. Ainsi, une hausse de la demande mondiale en biens n'aura pas autant d'influence à ce niveau en terme de contribution à la croissance. C'est en premier lieu une orientation favorable de la demande en services, accompagnée idéalement de nouvelles opportunités d'activité dans le secteur financier, qui reste déterminante pour l'avenir.

Relevons finalement que les fortes impulsions budgétaires, données par l'État en 2002 et 2003, s'estomperont progressivement à partir de 2004 et cesseront dès lors de supporter la conjoncture. ■

Une version électronique complète de la Note de Conjoncture n° 4-2003 et un résumé en anglais sont disponibles gratuitement sur le site Internet du Statec à l'adresse <http://www.statec.lu>. La version imprimée est disponible au Statec, B.P. 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-4377 / fax 46 42 89, E-mail: info@statec.etat.lu, au prix de 2,90 EUR.

Quatrième trimestre 2003

Accélération de la croissance du secteur des assurances

Après la stabilité de l'encaissement en 2002, la croissance en 2003 du secteur des assurances directes se poursuit – et même s'accélère – au quatrième trimestre, les primes hors

assurances maritimes progressant de 14,23 % par rapport à 2002. Au cours des neuf premiers mois de 2003 la progression ne s'était encore établie qu'à 8,42 % par rapport à la même période de l'an-

née précédente. L'ensemble des branches contribuent à la hausse constatée.

En assurancevie la progression de l'encaissement est de 16,51 % et se décompose en une augmenta-

tion de 19,70 % de l'encaissement relatif aux produits en unités de compte, bénéficiaires de la reprise des marchés boursiers, et de 1,89 % de celui des produits vie classiques.

Les produits en unités de comptes demeurent largement prépondérants et les primes correspondantes constituent plus de 84 % de l'encaissement.

L'évolution des produits classiques reste influencée par les produits d'épargne-pension au titre de l'article 111bis de la loi sur l'impôt sur le revenu: les quelques 23.731 contrats – en progression de 31,37 % par rapport à 2002 – ont généré un encaissement de 34,45 millions d'euros, soit 38,6 % de plus qu'en 2002. L'épargne gérée à ce titre s'élève à 113 millions d'euros à la fin de 2003.

Plus remarquable que le taux de la progression est son évolution au cours de la période analysée: alors que le premier trimestre s'inscrivait

encore en recul de 7,71 % par rapport à la même période de 2002, un net retournement de tendance a été perceptible dès l'été et le dernier trimestre accuse même une croissance supérieure à 34 % par rapport à l'année précédente.

Le total des provisions techniques des assureurs vie s'établit à 27,36 milliards d'euros à la fin 2003, en progression de 18,39 % par rapport à fin 2002 et de 6,55 % par rapport à la fin de septembre 2003.

L'assurance non vie hors assurances maritimes progresse de 3,81 %. Les assureurs travaillant essentiellement, sinon exclusivement sur le marché luxembourgeois, enregistrent une croissance de leur encaissement de 5,01 %. Avec un léger recul de -0,29 %, les entreprises opérant à l'étranger dans les branches d'assurances non vie hors assurances maritimes – parfois dans des créneaux très spécialisés – mar-

quent le pas, après la progression de 34,79 % enregistrée en 2002.

L'assurance maritime pour laquelle seules les données des trois premiers trimestres sont disponibles et qui est essentiellement le fait de quelques grandes mutuelles dont l'encaissement reflète l'évolution des sinistres a régressé de 6,36 % au cours de cette période. Cette régression est entièrement imputable à la baisse continue du dollar américain, devise de paiement des primes, par rapport à l'euro.

L'ensemble des chiffres susvisés ne concerne que les seules entreprises contrôlées par le Commissariat aux assurances; se trouvent donc exclues les succursales luxembourgeoises d'entreprises d'assurances d'autres pays de l'Union européenne dont les chiffres pour 2003 ne seront connus qu'ultérieurement.

(Communiqué par le Commissariat aux assurances) ■

Société luxembourgeoise

Enseignements du Recensement de la Population au 15 février 2001

Le Statec vient de publier une nouvelle publication intitulée «La société luxembourgeoise à travers le recensement de 2001 – fiches thématiques». Cet ouvrage, issu du projet GER (Grande Etude du Recensement) de l'unité STADE de l'Université du Luxembourg, se propose d'analyser les changements intervenus dans de la société luxembourgeoise en partant des données recueillies lors du recensement de la

population 2001 par le Statec. Imprimée en quadrichromie, cette collection de 89 fiches thématiques contient, sur 190 pages, des commentaires, chiffres clés, graphiques et cartes pour chaque thème traité.

L'analyse est agencée autour de trois grands thèmes: les modifications de la structure sociale et la mobilité sociale, le poids et le rôle de l'immigration et les mutations spatiales du pays. ■

La publication est disponible au
Statec B.P. 304,
L-2013 Luxembourg,
tél.: 478-4219, fax: 46 42 89,
e-mail: info@statec.etat.lu au
prix de 19,- EUR, et en librairie.
Les fiches thématiques peuvent
être téléchargées individuelle-
ment à l'adresse
<http://www.statec.lu>

600 pages de données statistiques sur le Luxembourg

Le Statec vient de publier l'édition 2003 de son Annuaire statistique, la plus vaste documentation chiffrée sur l'économie et la société luxembourgeoise.

La table des matières donne un aperçu de l'éventail des thèmes abordés: territoire et climat, population, emploi et chômage, comptabilité nationale, en passant par les différents secteurs d'activité, sécurité sociale, prix et salaires, commerce extérieur, environnement, enseignement, pour n'en citer que quelques-uns.

Les tableaux, qui sont accompagnés de notes introductives et explicatives, contiennent en principe des chiffres pour 1970, 1980 et la série

complète à partir de 1990. Comme dans les éditions antérieures, l'Annuaire statistique du STATEC informe en détail sur tous les domaines touchant à la statistique économique et sociale. Une partie internationale permet en outre la comparaison avec les pays du monde entier et plus particulièrement avec ceux appartenant à l'Union Européenne.

A l'aide d'un système de consultation personnalisée, tous les utilisateurs intéressés peuvent télécharger gratuitement les tableaux, graphiques et notes méthodologiques de l'annuaire via le site web du STATEC (www.statec.public.lu).

En recherchant par date, par mots clefs ou suivant une table systématique, l'utilisateur peut choisir les tableaux qui contiennent les données statistiques qui l'intéressent. Il peut alors les télécharger en format EXCEL (tableaux) ou PDF (notes méthodologiques). Le système lui indique les mises à jour effectuées depuis sa dernière visite.

Pour en savoir plus: Statec, Unité A1 «Centralisation et Diffusion», M. Michel Harperath, tél.: 478-4221, e-mail: michel.harperath@statec.etat.lu

Enquête

Jeunesse et esprit d'entreprise: Indépendant oui, mais...

Promouvoir l'esprit d'entreprise: tel était le but du stand commun du ministère de l'Economie et du Statec organisé à l'occasion de la 17^e Foire de l'étudiant en novembre 2003 aux Foires internationales de Luxembourg. Le stand, animé par trois entrepreneurs «made in Luxembourg» qui y présentaient leurs innovations, avait connu un succès inattendu. 551 élèves et étudiants avaient participé au jeu-concours qui incluait trois questions issues de l'enquête Gallup sur l'esprit d'entreprise.

Les résultats de l'enquête, qui ont été rendus publics récemment, sont pour le moins surprenants: A la question «Si tu pouvais choisir, quel statut professionnel préférerais-tu? Salarie ou indépendant» 55 % des jeunes se déclaraient en faveur d'une profession libérale. Par contre, à 57 % d'entre eux l'idée n'était pas encore venue de créer leur propre entreprise. Monter son propre commerce n'est pas dépourvu de risques. 73 % des jeunes qui ont participé au concours craignent le risque d'échec,

19 % l'incertitude de revenu et seulement 8 % de devoir y consacrer trop d'énergie et de temps.

Ces résultats ne sont évidemment pas représentatifs puisque le questionnaire ne s'adressait qu'aux seuls visiteurs de la foire des études. Mais si on les compare aux données statistiques qui résultent des recensements de la population, on constate des similitudes. Entre 1981 et 2001 (dernier recensement), le nombre d'indépendants au Luxembourg a augmenté de 21,8 %. Néanmoins, cette progression est le mérite exclusif des «travailleurs intellectuels indépendants (TII)» (médecins, architectes, avocats) qui a plus que doublé en 20 ans. Les autres indépendants (artisans et commerçants) ont plus ou moins conservés leurs effectifs. Si on sait que la population totale ayant un emploi a progressé de

23 % entre 1981 et 2001, on doit constater que la part relative de ces autres indépendants a diminué.

Le nombre de Luxembourgeois «autres indépendants» diminue (-21 % de 1981 à 2001) tandis que celui des TII luxembourgeois double. Les

effectifs des étrangers augmentent pour les deux catégories. Au total, les étrangers représentent plus de 35 % des indépendants.

Alors que les mutations du statut professionnel semblent avoir des raisons plutôt structurelles ou sociolo-

giques, l'évolution du nombre d'autorisations de commerce suit surtout les tendances conjoncturelles.

(Communiqué par le ministère de l'Économie et le Statec)



Elargissement de l'Union européenne

Les perspectives financières et les politiques 2007-2013 pour l'Union élargie

La Commission européenne a adopté une communication dans laquelle elle expose sa vision de l'Union européenne et sa planification budgétaire pour la période 2007-2013. Afin que l'élargissement porte pleinement ses fruits et pour aider l'Europe à prospérer, elle propose trois grandes priorités: le développement durable, les intérêts des citoyens et le renforcement du rôle de l'Union en tant que partenaire mondial. Ces objectifs peuvent être atteints pour une Union de 27 Etats membres sans que le plafond actuel des dépenses soit augmenté. Les montants annuels totaux nécessaires en termes de paiements pourraient atteindre 143,1 milliards € en 2013, ce qui – même pour l'Union élargie – ne correspond qu'à 1,15 % du revenu national brut de l'UE. En moyenne, les montants équivalaient à 1,14 % du RNB au cours de la période considérée.

Dans les années à venir, l'Union européenne veut améliorer sa croissance et sa compétitivité, créer des emplois plus nombreux et de meilleure qualité, protéger les droits des citoyens et leur offrir une meilleure protection contre la crimi-

nalité et l'immigration clandestine. L'Union veut aussi s'efforcer de protéger l'environnement et de mieux faire entendre sa voix dans le monde. Parallèlement à cela, elle entend continuer à soutenir pleinement la solidarité interne, la cohésion et l'agriculture. Le budget proposé pour la prochaine période vise à donner les moyens de réaliser ces ambitions tout en restant en deçà des plafonds actuels – même après l'arrivée de douze nouveaux États membres. Les exigences légitimes vis-à-vis de l'Union devront être satisfaites par une optimisation des ressources mises à sa disposition.

Le cadre financier futur devra soutenir les objectifs politiques de l'Union. Il devra être conçu de manière à répondre à des priorités concrètes, soigneusement définies, qui profitent aux États membres comme aux citoyens. Selon la Commission, le fossé entre, d'une part, les ambitieux engagements politiques pris au plus haut niveau et, d'autre part, l'impuissance à les honorer ne doit pas s'élargir davantage. Dans bon nombre des nouveaux secteurs prioritaires, l'Union a du mal à tenir les promesses des

Etats membres, faute de ressources suffisantes. Les objectifs et les attentes politiques dont l'Union est dépositaire devront faire l'objet d'une focalisation crédible, soutenue par des moyens, notamment financiers, suffisants.

■ Développement durable: croissance, cohésion et emploi

Au Conseil européen de Lisbonne de 2000, les chefs d'État et de gouvernement ont arrêté un programme visant à conduire l'Union à la pointe de l'économie et de la société de la connaissance. L'UE entend re-dynamiser ce processus en lui assignant des objectifs crédibles et opérationnels, au niveau tant des Etats membres que de l'UE. Il s'agira de mettre l'accent sur les investissements d'avenir, à savoir promouvoir la compétitivité des entreprises dans le marché intérieur, améliorer la recherche et le développement, connecter l'Europe par l'intermédiaire de réseaux, améliorer la qualité de l'enseignement et de la formation dans l'UE et aider la société à prévoir et gérer les mutations



sociales. Il s'agit là d'exemples concrets d'aspects qui concernent les citoyens et les entreprises dans toute l'Europe. Les politiques communes et le budget de l'UE devront être clairement réorientés vers ces objectifs.

Les objectifs de croissance et de compétitivité seraient également les principales priorités de la prochaine génération de politiques régionales et de cohésion, l'accent étant tout particulièrement mis sur les aides aux régions en retard de développement. La croissance et la cohésion devront se compléter mutuellement, davantage encore que dans le passé. Le 1^{er} mai 2004, l'Union accueillera 10 nouveaux Etats membres, ce qui représente un défi sans précédent pour la compétitivité et la cohésion interne de l'Union.

A l'avenir, la politique de cohésion devra s'attaquer systématiquement au problème du manque de compétitivité afin qu'un nombre accru de régions de l'Union puisse contribuer à la croissance et à l'emploi. Les régions doivent devenir partenaires pour la prospérité. Dans les Etats membres actuels, des mesures transitoires sont proposées notamment pour les régions qui continuent à connaître de graves difficultés mais qui, sous l'effet des statistiques, ne sont plus admissibles aux aides de la plus forte intensité.

En outre, dans ses propositions, la Commission approuve expressément les décisions prises par le Conseil en 2003 de réformer la politique agricole commune et de fixer jusqu'en 2013 les dépenses agricoles pour les mesures de marché et les paiements directs. Cette réforme va radicalement réorienter la politique agricole de l'UE vers le développement durable en découplant les aides de la production. La future politique de développement rural, réorganisée au sein d'un instrument unique, contribuera à accroître la

compétitivité dans l'agriculture et améliorera l'environnement et la diversité de l'espace rural. Des crédits supplémentaires seront dégagés en transférant aux exploitants des montants issus des paiements directs afin de renforcer les programmes de développement rural.

La nouvelle politique commune réformée de la pêche restera axée sur l'exploitation durable des ressources. La politique de l'environnement sert à répondre aux attentes des citoyens en matière d'amélioration des conditions de vie et de solidarité entre les générations, ainsi qu'aux engagements internationaux, et à promouvoir l'efficacité et la compétitivité. Ses instruments seront eux aussi réorganisés pour accroître la flexibilité et l'efficacité. (...)

■ Un rééquilibrage significatif du budget

La prise en compte du défi décrit ci-dessus, consistant à élaborer un projet politique crédible, nécessite de disposer des ressources nécessaires pour le mettre en œuvre. La Commission a calculé, pour la période concernée, un niveau de dépense moyen de 1,14 %. Il sera procédé à un rééquilibrage significatif du budget de l'UE afin de soutenir les nouvelles priorités. Dans un premier temps, le niveau des dépenses augmentera sous l'effet de l'élargissement, mais il sera proche de son niveau initial à la fin de la période. Le niveau des paiements sera inférieur au plafond actuel de 1,24 % du RNB.

Les dépenses administratives de la Commission seront jointes aux politiques auxquelles elles se rapportent, selon la logique de la gestion par activités, qui constitue déjà la base de l'établissement du budget annuel. Il restera une rubrique Administration, destinée aux dépenses

des institutions autres que la Commission, aux retraites et à certaines dépenses interinstitutionnelles.

■ Un mécanisme pour corriger les charges budgétaires

La Commission propose d'envisager l'introduction à l'avenir d'un mécanisme de correction généralisée, définissant une méthode transparente et objective destinée à corriger une charge budgétaire jugée excessive par rapport à la prospérité relative d'un pays. Quant au volet des recettes du budget et aux éventuelles nouvelles sources de recettes, la Commission examinera la question plus en détail dans son rapport sur les ressources propres, qui sera présenté au Conseil d'ici l'été 2004.

La Commission élaborera pour le milieu de l'année 2004 des propositions législatives appropriées ainsi qu'une feuille de route précise afin d'atteindre les objectifs. Cela laissera dans l'intervalle le temps au Conseil et au Parlement européen de réagir au projet adopté aujourd'hui. Les décisions législatives seront ensuite arrêtées par la Commission élargie.

Afin qu'un délai suffisant soit ménagé pour l'élaboration de la prochaine génération de programmes destinés à mettre en œuvre les différentes politiques, les perspectives financières devraient être adoptées au cours du premier semestre de 2005.

Pour des informations supplémentaires: Représentation permanente, M. Fons Theis, tél.: 4301-32925, e-mail: alphonse.theis@cec.eu.int, M. Ernst Moutschen, tél.: 4301-32574, e-mail: ernst.moutschen@cec.eu.int

Une année 2003 meilleure que prévu

L'année touristique a été meilleure que ne l'avaient laissé craindre le contexte géopolitique avec la guerre en Irak, les menaces d'actes terroristes ou le ralentissement économique observé un peu partout en Europe.

Les premiers chiffres de l'année 2003 publiés par le STATEC indiquent un statu quo des nuitées par rapport à 2002 qui fut une bonne année touristique. Il s'agit cependant de nuancer ce résultat selon les différentes catégories d'hébergement.

■ Les campings en progression significative

Les grands bénéficiaires de l'année 2003 ont été les campings qui enregistrent une progression de près de 5 % des arrivées et de 7 % pour les nuitées. Comparativement, les hôtels, auberges et pensions, ont subi un recul des nuitées de l'ordre de 2,6 %. Pour les autres moyens d'hébergement, les arrivées et les nuitées ont chuté respectivement de 13 % et 10 %. Ces chiffres concernent les

Arrivées et nuitées (en milliers) – Ville de Luxembourg

	Arrivées			Nuitées		
	2002	2003	2003/02 (en %)	2002	2003	2003/02 (en %)
Total	393,4	362,1	-8,0	803,9	741,1	-7,8
dont						
Hôtels, auberges, pensions	332,7	313,9	-5,7	645,1	610,8	-5,3

Sources: STATEC

auberges de jeunesse, en particulier celle de la Ville de Luxembourg, en rénovation depuis 2002, ainsi qu'un certain nombre de résidences ou établissements collectifs de vacances moins fréquentés en 2003.

■ Hausse des nuitées pour les Néerlandais et les Allemands

Les Néerlandais ont effectué un retour en force avec une progression de 9 % des nuitées. Les Allemands ont, quant à eux, affiché une progression de 7 % des nuitées par rapport à 2002.

Par ailleurs, on note un léger recul des nuitées des clients belges (-4 %) et une forte diminution des nuitées des clients anglais (-12 %) et américains (-16 %).

■ Clientèle d'affaires en baisse pour la capitale

La Ville de Luxembourg a connu une année relativement faible avec un recul des nuitées de 8 % pour l'ensemble des moyens d'hébergement et de 5,3 % pour les hôtels. C'est essentiellement la clientèle d'affaires britannique (-21 %), belge (-6 %), américaine (-10 %), italienne (-11 %) et suisse (-14 %) qui a délaissé la capitale.

Rappelons toutefois que les nuitées d'hôtels enregistrées pendant les années 2000 à 2002 avaient atteint un niveau élevé et que 2003 reste encore largement au-dessus de la moyenne des années '90. ■

Arrivées et nuitées selon la catégorie d'hébergement

	2002	2003	2003/02
	Unité: milliers		(en %)
Arrivées			
toutes catégories d'hébergement	939,0	913,0	-2,8
Hôtels, auberges, pensions	621,0	598,8	-3,6
Campings	213,1	222,8	4,6
Hébergement complémentaire	104,9	91,4	-12,9
Nuitées			
Toutes catégories d'hébergement	2 750,2	2 755,7	0,2
Hôtels, auberges, pensions	1 244,1	1 212,2	-2,6
Campings	1 108,8	1 186,4	7,0
Hébergement complémentaire	397,3	357,2	-10,1

Sources: STATEC

Pour en savoir plus:
Statec, Unité C6 «Statistiques R&D, économie nouvelle, environnement, tourisme»,
M. Victor Molling,
tél.: 478-4258, e-mail:
victor.molling@statec.etat.lu

Premier numéro de «Perspectives de politique économique»

Le ministère de l'Economie vient de lancer une nouvelle série de publications en sortant le premier numéro de «Perspectives de politique économique» le jeudi 12 février 2004.

Ces cahiers visent à diffuser les études et recherches, commandités auprès de chercheurs universitaires ou de consultants, ainsi que les docu-

ments de travail rédigés par les membres de la cellule d'études et de prévisions économiques (CEPE) mise en place récemment entre le département de l'économie et le STATEC.

La revue a également pour objet de faire connaître les comptes rendus d'exposés, de séminaires ou de conférences que le ministère de l'Economie organise sur des thèmes de politique micro- ou macroéconomique. Elle a enfin l'ambition de permettre d'éclairer les choix politiques possibles, d'évaluer l'efficacité de certaines mesures et d'alimenter ainsi le débat public sur la politique économique.

Les opinions exprimées dans cette nouvelle publication sont celles des auteurs et ne correspondent pas nécessairement à celles du ministère de l'Economie ou du gouvernement.

«Perspectives de politique économique» s'adresse à toutes personnes ou institutions souhaitant

participer à ce débat. Les cahiers peuvent être téléchargés à partir du site Internet du ministère de l'Economie: <http://www.eco.public.lu/documentation/index.html>

Le premier numéro publie l'étude «Analyses théoriques et empiriques des déterminants de la productivité globale des facteurs (PGF) – Une application au Grand-Duché de Luxembourg».

Il s'agit, en l'occurrence, d'une étude des déterminants du progrès technologique appréhendé à travers la productivité globale des facteurs. L'étude a été réalisée par Olivier Cardi de la Cellule de recherche en économie appliquée (CREA) de l'Université du Luxembourg.

L'interrogation sur la productivité globale des facteurs est, parmi d'autres, au centre du débat très actuel sur la compétitivité de notre économie.

(Communiqué par le ministère de l'Economie) ■



Esprit d'entreprise

Plan d'action: Entrepreneurship au Grand-Duché de Luxembourg

Les ministres de l'Economie et des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement ont présenté les grandes orientations du plan d'action «Entrepreneurship au Grand-Duché de Luxembourg – Entreprendre pour réussir».

Dans le souci d'accroître la qualité, l'efficacité et la visibilité des poli-

tiques mises en œuvre en matière de promotion de l'esprit d'entreprise, le Conseil de Gouvernement a donné son feu vert à la mise en place d'un Comité national pour la promotion de l'esprit d'entreprise (CNPEE).

Large forum de discussion qui veut fédérer tous les acteurs de la place, le comité nouvellement créé

devrait favoriser des synergies tout en veillant à la mise en place d'un dispositif de suivi, tant entre les différents acteurs institutionnels et privés, qu'entre les différentes mesures proposées du plan d'action. Aussi le développement d'une stratégie de communication cohérente visant le grand public et l'échange d'informations entre les différents acteurs font partie intégrante du plan d'action.

Le plan d'action «Entrepreneurship» s'articule autour de trois axes.

Tout d'abord, il s'agit de stimuler le goût d'entreprendre moyen-

nant des projets de sensibilisation, une plus grande transparence des instruments ainsi que la familiarisation du grand public avec le goût d'entreprendre. Dans ce contexte, la promotion de l'esprit d'entreprise auprès des jeunes est absolument prioritaire parmi les actions de sensibilisation.

Ensuite, le Comité national pour la promotion de l'esprit d'entreprise (CNPEE) vise à renforcer la visibilité des instruments ayant trait à la création d'entreprises. Il s'agit ici spécifiquement de la promotion de l'esprit d'entreprise auprès des «strates» de la population susceptibles de créer ou de reprendre une entreprise.

Il serait toutefois erroné de se focaliser exclusivement sur la créa-

tion et de négliger le potentiel de croissance des entreprises existantes. Ce potentiel est souvent inutilisé pour diverses raisons dont notamment l'ignorance des instruments existants. De ce fait, par un troisième axe, le CNPEE entend relever le défi de dynamiser le développement des entreprises. Sont particulièrement visées la formation continue, la transmission d'entreprises et la coopération entre les entrepreneurs.

Ancrer une culture favorisant l'Entrepreneuriat dans toutes les «strates» de la population telle est la mission du Comité national pour la promotion de l'esprit d'entreprise. Dorénavant acteur incontournable dans ce domaine, le CNPEE se veut cependant être plus qu'un simple

groupe de réflexion qui réunit autour d'une même table des représentants des ministères de l'Economie, des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement, d'Etat, de l'Education nationale, de la Formation professionnelle et des Sports, de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, du Travail et de l'Emploi et des Finances ainsi que des membres de la Chambre de Commerce, Chambre des Métiers, FEDIL, Fédération des Artisans, Confédération du Commerce, Horesca, Mutualité d'aide aux artisans et Mutualité d'aide aux commerçants et de la SNCI, membre observateur.

(Communiqué par le ministère de l'Economie) ■

You

- are a high-tech entrepreneur
- need a one-stop-shop



At Technoport

- You can start your business project within one hour
- You can launch your new company within a few weeks



www.technoport.lu

**LUXEMBOURG'S UNIQUE
HIGH-TECH INCUBATOR**

L'usage d'un signe à

La chronique juridique de ce mois a pour objet de passer en revue les actions judiciaires prévues aux articles 13 et 14 de la loi uniforme Benelux des marques dans l'hypothèse où l'usage d'un signe par un tiers porterait atteinte à une marque antérieure.

La procédure d'opposition, nouvellement introduite dans le droit des marques Benelux par le protocole modificatif de la loi uniforme Benelux des marques du 11 décembre 2001, qui est une procédure administrative permettant au titulaire d'une marque antérieure de s'opposer à l'enregistrement d'une marque qui entre en conflit avec sa propre marque, fera l'objet d'une chronique juridique ultérieure.

Le protocole modificatif a essentiellement pour objet, outre l'introduction de la procédure d'opposition dans le droit Benelux des marques, d'adapter la loi uniforme Benelux littéralement à la première directive européenne 89/104/CEE du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des Etats membres sur les marques. L'alignement textuel de la loi uniforme Benelux des marques sur la directive précitée s'est avéré nécessaire suite à un arrêt du 11 novembre 1997 que la

Cour de Justice des Communautés Européennes avait rendu dans une affaire Sabel B.V. contre Puma A.G., arrêt dans lequel la Cour avait précisé la signification du critère du risque de confusion qui comprend le risque d'association avec la marque antérieure prévu à l'article 5 paragraphe 1 (b) de la directive précitée: Le critère précité est essentiel pour déterminer s'il y a contrefaçon entre un signe ou une marque postérieure identique ou similaire à une marque antérieure, lorsque le signe ou la marque postérieure est utilisé pour distinguer des produits ou des services identiques ou similaires. La Cour avait décidé dans l'espèce précitée que le critère du risque de confusion qui comprend le risque d'association devait être interprété en ce sens, que la simple association en deux marques, que pouvait faire le public par le biais de la concordance de leur contenu sémantique, ne suffisait pas en lui-

même pour conclure à l'existence d'un risque de confusion entre les deux marques.

L'article 13 A paragraphe 1 (b) de la loi uniforme Benelux qui ne visait que le simple risque d'association, sans faire par ailleurs allusion au risque de confusion entre les deux signes, devait en conséquence être conformé au texte de l'article 5 paragraphe 1 (b) précité de la directive.

Afin d'éviter ou du moins dans le but d'amoinrir le risque des interprétations et des applications de la loi uniforme Benelux qui ne seraient pas conformes au texte de la directive, les Etats du Benelux ont par ailleurs décidé d'adapter littéralement l'entièreté de la loi uniforme Benelux au texte de la directive. Il importe de relever à cet égard que c'est l'enregistrement de la marque et non plus son dépôt, qui est désormais considéré comme donnant naissance aux droits attachés à la marque.

Le présent texte tentera de décrire les différentes actions judiciaires que le droit Benelux des marques met à la disposition du titulaire d'une marque antérieure en présence d'un signe qui entre en conflit avec sa marque, eu égard aux modifications récentes de la loi uniforme Benelux, introduites par le protocole modificatif précité du 21 novembre 2001 et à la jurisprudence de la Cour de Justice Benelux et à

portant atteinte

une marque antérieure

la Cour de Justice des Communautés Européennes.

Le titulaire de la marque antérieure pourra ainsi s'opposer à l'usage d'un signe entrant en conflit avec sa marque, ou agir en réparation du dommage qu'il a subi de ce fait en se basant sur l'article 13 de la loi uniforme Benelux. Il pourra également demander la nullité de la marque postérieure qui entre en conflit avec sa propre marque en se fondant sur l'article 14 de la loi uniforme Benelux précitée.

1. L'article 13 de la loi uniforme Benelux sur les marques ou la répression des atteintes aux marques antérieures

L'article 13 de la loi uniforme Benelux réserve l'exercice de l'action en contrefaçon au seul titulaire de la marque antérieure.

Le titulaire de la marque pourra toutefois intenter l'action en réparation ou en cession du bénéfice réalisé par le contrefacteur prévue à l'article 13 paragraphes 4 et 5 de la loi au nom du licencié. Le licencié pourra d'ailleurs intervenir dans les actions précitées établies à l'article 13 paragraphes 4 et 5 précité qui ont été intentées par le titulaire de la marque.

L'article 13 A paragraphe 1 (a), (b), (c) et (d) établit les différents cas d'ouverture de l'action en contrefaçon.

- L'article 13 A paragraphe 1 (a) permet au titulaire de la marque d'interdire l'usage dans la vie des affaires d'un signe identique à la marque pour des produits identiques à ceux pour lesquels celle-ci est enregistrée.

Le signe distinctif postérieur sera soit une marque déposée ou non, soit une appellation d'origine. L'usage d'un nom ou d'une désignation commerciale portant atteinte à une marque antérieure est réprimé par l'article 13 A paragraphe 1 (d), qui vise expressément l'usage d'un signe à des fins autres que celles de distinguer les produits. (Voir en ce sens La défense de la marque dans le Benelux de Jean-Jo Evrard et de Philippe Péters, n° 219, éditions Larcier)

La disposition vise la contrefaçon de marque au sens strict du terme. Dans l'hypothèse où il y existe une différence, aussi minime soit-elle, entre les signes ou les produits respectifs, l'article 13 A paragraphe 1 (a) n'est pas applicable. La demande devra dans ce cas être basée sur l'article 13 A paragraphe 1 (b) de la loi uniforme Benelux sur les marques.

- L'article 13 A paragraphe 1 (b) vise l'acte de contrefaçon qui consiste en l'usage dans la vie des affaires d'un signe, pour lequel, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque et en raison de l'identité ou de la similitude des produits couverts par la marque et

le signe, il existe, dans l'esprit du public, un risque de confusion qui comprend le risque d'association entre le signe et la marque.

Le risque d'association entre un signe et une marque antérieure, sans qu'il n'y ait par ailleurs un risque de confusion possible entre les deux signes, ne saurait plus être réprimé au titre du droit exclusif à la marque antérieure, suite à l'arrêt précité *Sabel contre Puma* de la Cour de Justice des Communautés Européennes. La Jurisprudence de la Cour de Justice Benelux antérieure à l'arrêt *Sabel contre Puma* permettait en effet d'interdire l'usage d'un signe postérieur sur base de l'article 13 A paragraphe 1 (b), article qui dans son ancienne version visait uniquement le risque d'association, lorsqu'il y avait un risque d'association entre les deux signes alors même que le risque de confusion était exclu, aux motifs que les associations entre les signes risquaient d'entraîner le transfert du goodwill attaché à la marque antérieure vers le signe postérieur, ce qui aurait pour effet la dilution de l'image liée au signe initial.

L'appréciation du risque de confusion dépend de plusieurs facteurs, dont notamment le degré de connaissance de la marque sur le marché et le degré de similitude entre les deux signes ou les produits et les services désignés. Le risque de confusion, qui est d'autant plus



élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important, doit par ailleurs être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents de l'espèce. (Voir en ce sens les points 18, 22 et 23 de l'arrêt *Sabel c/ Puma* précité)

- L'Article 13 A paragraphe 1 (c) qui concerne la protection des marques renommées permet au titulaire de la marque d'interdire l'usage dans la vie des affaires d'un signe identique ou similaire à ceux pour lesquels la marque est enregistrée, lorsque cette marque jouit d'une renommée à l'intérieur du territoire Benelux et que l'usage du signe sans juste motif tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque ou leur porte préjudice.

La notion de marque renommée a été précisée par la Cour de Justice des Communautés Européennes dans un arrêt du 14 septembre 1999 (C-375 / 97 *General Motors c/ Yplon sa*). L'arrêt a été rendu sur un renvoi préjudiciel déféré à la Cour de Justice des Communautés Européennes par le Tribunal de Commerce de Tournai relatif à l'interprétation de l'article 5 paragraphe 2 de la directive 89/104 précitée. La juridiction nationale demandait en substance à la Cour de préciser l'expression de marque qui jouit d'une renommée utilisée à l'article 5 paragraphe 2 précité de la directive et d'indiquer par ailleurs si cette condition doit être remplie pour la totalité du territoire du Benelux ou s'il suffit que la marque jouisse d'une renommée dans une partie du territoire du Benelux.

La Cour a précisé que le public parmi lequel la marque doit jouir d'une renommée est celui concerné par la marque, ce qui peut être en fonction du produit ou du service commercialisé, le grand public ou

un public plus spécialisé, tel un milieu professionnel donné (Point 24 de l'arrêt précité). Le degré de connaissance doit être considéré comme atteint lorsque la marque est connue d'une partie significative du public concerné par la marque; le degré de connaissance étant examiné par la prise en compte de tous les éléments pertinents de la cause, à savoir, la part du marché détenue par la marque, l'étendue géographique et la durée de l'usage de la marque, ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir (Points 26 et 27 de l'arrêt). Le territoire du Benelux doit être assimilé au territoire d'un Etat membre, conformément à l'article 1^{er} de la directive. La renommée de la marque doit donc être acquise dans le territoire du Benelux. Il suffit par conséquent que la renommée existe dans une partie substantielle du territoire du Benelux, laquelle peut correspondre le cas échéant à une partie de l'un des pays du Benelux (Point 29 de l'arrêt). La Cour a par ailleurs précisé que plus le caractère distinctif et la renommée de la marque sont importants, plus l'existence d'une atteinte à la marque antérieure sera aisément admise.

Les atteintes à la marque renommée consistent notamment en la dilution de la marque. L'atteinte peut en outre être caractérisée par un risque d'association que le public établit entre les marques en cause, alors même que les produits ou les services ne sont pas similaires (Voir en ce sens La défense de la marque dans le Benelux, n° 287).

- L'article 13 A paragraphe 1 (d) permet enfin au titulaire de la marque d'interdire l'usage d'un signe à des fins autres que celles de distinguer des produits, lorsque l'usage de ce signe sans juste motif tire indûment profit du caractère dis-

tinctif ou de la renommée de la marque ou leur porte préjudice.

La Cour de Justice des Communautés Européennes s'est prononcée dans un arrêt du 21 novembre 2002 (C-23/01, *Robelco NV c/ Robeco Groep NV*) sur une question qui lui avait été posée à titre préjudiciel par la Cour d'appel de Bruxelles et qui avait trait à l'interprétation de l'article 5 paragraphe 5 de la directive 89/104 précitée (L'article 5 paragraphe 5 précité est transposé par l'article 13 A paragraphe 1 (d) précité de la loi uniforme Benelux sur les marques). La juridiction nationale demandait en substance si l'article 5 paragraphe 5 de la directive doit être interprété en ce sens que la protection ne peut être accordée que contre l'usage d'un signe identique à la marque ou si elle peut également être accordée contre l'usage d'un signe ressemblant à la marque. Il convient de préciser à cet égard que l'ancienne version de l'article 13 A paragraphe 1 (d) se référerait à l'usage d'un signe ressemblant à la marque antérieure, indication qui a néanmoins été supprimée par le protocole modificatif précité du 21 novembre 2001, alors même que la Cour de Justice a répondu dans l'arrêt précité que l'article 5 paragraphe 5 de la directive précitée ne relève pas de l'harmonisation communautaire et que les Etats sont par conséquent libres soit de ne pas transposer l'article 5 paragraphe 5 précité, soit d'exiger une identité entre le signe et la marque, soit une similitude, soit l'existence d'un autre lien.

La jurisprudence qui existe relativement à l'interprétation de l'article 13 A paragraphe 1 (d) précité de la loi uniforme Benelux sur les marques se rapporte à l'ancienne version de l'article, de sorte qu'il n'y a pas d'interprétation jurisprudentielle relative à la nouvelle version

de l'article 13 A paragraphe 1 (d) précité. Il semble eu égard aux termes utilisés pour la rédaction de l'article 13 A paragraphe 1 (d) précité, que l'atteinte à la marque doit être appréciée conformément à l'article 13 A paragraphe 1 (c), alors même que la marque antérieure ne doit pas nécessairement être une marque renommée. Le risque de confusion entre le signe et la marque antérieure n'est d'ailleurs pas exigé.

L'utilisation de la marque comme titre d'un livre et l'usage choquant de la marque dans une scène de film sont des cas d'applications jurisprudentiels de l'ancienne version de l'article 13 A paragraphe 1 (d).

Le droit exclusif à la marque ne permet toutefois pas au titulaire de la marque de s'opposer à l'usage par un tiers dans la vie des affaires

- de son nom et de son adresse,
- d'indications relatives à l'espèce, à la quantité, à la provenance géographique, à l'époque de production des produits ou à d'autres caractéristiques de ceux-ci,
- de la marque lorsqu'elle est nécessaire pour indiquer la destination d'un produit notamment en cas d'accessoire ou pièce détachée

pour autant que l'usage soit fait conformément aux usages honnêtes en matière industrielle et commerciale; ce qui signifie que l'usage des indications susmentionnées doit être strictement limité à des fins d'informations et que le tiers ne peut sous le couvert de ces dispositions donner à ces indications l'apparence d'une marque (CJ Benelux 16.06.1995, Polyglot).

Par application de l'article 13 bis de la loi uniforme Benelux sur les marques, le titulaire de la marque a la faculté de revendiquer la propriété des biens meubles qui ont

porté atteinte à son droit ou des biens qui ont servi à la production de ces biens ou d'en requérir la destruction ou la mise hors d'usage. La revendication peut également s'exercer à l'égard des sommes présumées avoir été recueillies à la suite de l'atteinte portée au droit de marque. La demande sera rejetée si l'atteinte n'a pas été portée de mauvaise foi.

2. Application de l'article 14 de la loi uniforme Benelux des marques

Les demandes en nullité peuvent trouver leur cause dans le défaut de caractère distinctif du signe, dans l'illégalité ou dans l'indisponibilité du signe enregistré au titre de marque.

La nullité pour défaut de disponibilité du signe peut être demandée à titre principal, soit à titre reconventionnel dans le cadre d'une action en contrefaçon.

- L'action en nullité est régie par l'article 14 B paragraphe 1 qui dispose que pour autant que le titulaire de l'enregistrement antérieur prenne part à l'action, tout intéressé peut invoquer la nullité de l'enregistrement de la marque qui prend rang après celui d'une marque ressemblante dans les conditions de l'article 3, deuxième alinéa.

L'article 3 alinéa 2 apprécie le rang du dépôt en tenant compte des mêmes critères que ceux établis par l'article 13 A paragraphe 1 (a), (b) et (c). Les cas d'ouverture de l'action en nullité fondée sur l'article 14 B paragraphe 1 étant identiques à ceux de l'action en contrefaçon, il est renvoyé aux développements faits à cet égard au point 1 du présent texte.

La nullité peut être demandée à tout moment. Le titulaire de la marque antérieure qui a néanmoins toléré l'usage d'une marque postérieure pendant une période de cinq

années consécutives, en connaissance de cet usage, ne saurait toutefois plus invoquer la nullité sur base de son droit antérieure.

- L'article 14 B paragraphe 2 permet du reste à tout intéressé de demander la nullité de l'enregistrement d'une marque, ressemblant à une marque individuelle antérieure dont l'enregistrement a expiré au cours des deux ans précédant le dépôt de la marque postérieure, dans l'hypothèse où la marque postérieure est enregistrée pour des produits similaires à la marque initiale, à moins que le titulaire de la marque antérieure n'ait consenti à l'enregistrement de la marque, ou qu'il n'ait eu, sans juste motif aucun usage normal de la marque antérieure sur le territoire du Benelux pendant une période ininterrompue de cinq ans, conformément à l'article 5 paragraphe 2 (a) de la loi.

Le titulaire de la marque antérieure dont l'enregistrement a expiré et qui n'est pas partie à l'action en nullité devra être mis en cause. L'action se prescrit par 3 ans prenant cours à partir de l'expiration de l'enregistrement de la marque antérieure.

- L'article 14 A paragraphe 2 permet dans les mêmes conditions à tout intéressé de demander la nullité de l'enregistrement d'une marque, ressemblant à une marque collective, lorsque la marque postérieure est enregistrée pour des produits similaires à ceux pour lesquels la marque collective a été enregistrée, alors même que l'enregistrement de la marque collective a expiré depuis 3 ans à compter du dépôt de la marque antérieure.

La nullité pourra être demandée par tout intéressé dans un délai de cinq ans courant à partir de la date de l'enregistrement.

- Tout intéressé pourra par ailleurs sur base de l'article 14 B



paragraphe 2 demander la nullité de l'enregistrement d'une marque susceptible de créer une confusion avec une marque notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la Convention de Paris. La marque notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la Convention de Paris est celle qui est connue d'une large fraction du public, ce qui suppose une connaissance en dehors des milieux intéressés. La protection de la marque notoire est donc plus restreinte que celle de la marque renommée, définie dans l'arrêt *General Motors c/Yplon* sa précité, comme étant celle connue par le public concerné par la marque, ce qui peut être en fonction du produit ou du service commercialisé, le grand public ou un public plus spécialisé, tel un milieu professionnel donné.

L'application de l'article 14 B paragraphe 2 ne requiert pas l'enre-

gistement de la marque notoirement connue au Benelux.

Lorsque le titulaire de la marque notoirement connue n'est pas partie à l'action, il devra être mis en cause. La nullité doit être demandée dans un délai de cinq ans prenant cours à partir de l'enregistrement de la marque. Lorsque l'enregistrement de la marque a été effectué de mauvaise foi, aucun délai de prescription ne s'applique.

- L'enregistrement de mauvaise foi d'une marque connue ou censée connue qui n'est pas enregistrée au Benelux, peut donner lieu à une action en nullité dans les conditions de l'article 14 B paragraphe 2 de la loi uniforme Benelux des marques.

La nullité pourra être demandée par tout intéressé dans un délai de 3 ans courant à partir de la date de l'enregistrement. Lorsque le titulaire de la marque antérieure n'est pas partie à l'action, il devra être mis en cause.

Sauf attribution contractuelle expresse de la compétence judiciaire territoriale, celle-ci est déterminée conformément à l'article 37 A de la loi uniforme Benelux, par le domicile du défendeur ou par le lieu où l'obligation litigieuse est née, a été ou doit être exécutée. Lorsque ces critères sont insuffisants pour déterminer la compétence territoriale, le demandeur pourra porter la cause devant le tribunal de son domicile ou de sa résidence sur le territoire du Benelux ou s'il n'a pas de domicile ou de résidence sur le territoire du Benelux, devant le tribunal de son choix à Bruxelles, à La Haye ou au Luxembourg.

Il convient par ailleurs de préciser que le titulaire d'une marque antérieure qui a toléré l'usage d'une marque postérieure enregistrée pendant une période de cinq années consécutives en connaissance de cet usage, ne peut plus invoquer la nullité de la marque postérieure sur la base de son droit antérieur, ni s'opposer à l'usage de la marque antérieure conformément à l'article 13 A paragraphe 1 (a), (b) et (c), à moins que le dépôt de la marque antérieure n'ait été effectué de mauvaise foi.

L'aboutissement du projet européen qui tend à harmoniser les mesures et les procédures visant à assurer le respect des droits de propriété intellectuelle qui est né du constat que les disparités entre les régimes nationaux de sanctions, rendent difficile la lutte contre la piraterie et la contrefaçon, phénomène qui apparaît d'ailleurs comme de plus en plus lié à la criminalité internationale organisée, devrait néanmoins entraîner des modifications substantielles des dispositions actuellement en vigueur, établies par le droit Benelux des marques en matière de lutte contre la contrefaçon des marques. ■

Toujours des difficultés à recruter ?

 monster.lu

Publiez votre annonce sur le premier site luxembourgeois de l'emploi

> 80 000 visiteurs uniques en 200 000 pages vues par mois

> plus de 100 entreprises clientes sur le site

702 260 228 2002

Forum de rencontre:

Femmes



Entreprises

2004

Créer son entreprise

...et participer à un réseau d'échanges



31 mars 2004

à la

Chambre des Métiers

2, Circuit de la Foire Internationale - Luxembourg - Kirchberg



LE GOUVERNEMENT
du Grand-Duché de Luxembourg

Ecotaxe en Belgique: Nouvelle accise?

Mi-février, l'association «Environnement et emballages» et l'asbl VALORLUX avaient invité Madame Karine Lambert (Fédération des industries des eaux et boissons belges) et Monsieur Alain Dalcette (directeur des douanes et accises belges) à exposer les derniers amendements à la loi «Ecotaxes». Une cinquantaine de représentants du secteur de la distribution, des boissons, des viticulteurs mais aussi de l'administration de l'environnement et des douanes et accises luxembourgeoises ont entendu avec intérêt les explications des orateurs belges.

Cette loi vieille de 10 ans, qui avait une vocation environnementale à l'origine, s'est transformée au fil du temps pour aboutir à un texte à vocation plus fiscale.

Jusqu'à présent une écotaxe de 0,3718 € par emballage à usage unique était de mise. Pour être exonéré de cette écotaxe, il fallait:

- utiliser des emballages ré-utilisables;
- atteindre les taux de recyclage prescrits, notamment en adhérant à Fost Plus, l'organisme «Point Vert» belge;
- utiliser des emballages en grès, bois, porcelaine ou cristal.

Le redevable de l'écotaxe était «celui qui livrait au détaillant ou celui qui s'y substituait». Cela semblait difficile à gérer mais n'a pas posé trop de problèmes car l'immense majorité des sociétés étaient effectivement exonérées de l'écotaxe grâce à leur

adhésion à Fost Plus.

■ Ce qui changera à partir du premier avril 2004

Le redevable de l'écotaxe sera totalement assimilé au redevable de l'accise sur les boissons. Les modalités de mise à la consommation sont également calquées sur celles des accises.

Sous le couvert du principe de neutralité budgétaire, l'écotaxe s'est transformée en une cotisation d'emballage (qui frappe, rappelons-le, les boissons alcoolisées et non alcoolisées) destinée à financer le bonus fiscal que représentent la diminution du taux de TVA et des droits d'accise sur les boissons non alcoolisées.

En effet, la loi prévoit maintenant:

- Une baisse du taux de TVA de 21 % à 6 % pour les boissons non alcoolisées. Les boissons alcoolisées gardent leur taux de 21 %.
- Une baisse du droit d'accise de 7,4368 € par hectolitre à 4,9579 € par hectolitre pour les limonades, les nectars et les boissons à faible teneur en alcool.
- Une baisse du droit d'accise sur les eaux conditionnées de 4,9579 € par hectolitre à 0 €.
- Une accise de 0 € sur les jus de fruits et de légumes.
- En revanche, le droit d'accise des boissons alcoolisées ne change pas.

- La perception d'une cotisation d'emballage de 9,8537 € par hectolitre de boisson conditionnée en récipients à usage unique lors de la mise à la consommation.

Pour être exonéré de la cotisation d'emballage, il faut:

- Utiliser des emballages ré-utilisables qui doivent absolument permettre au moins 7 remplissages; être consignés et être effectivement réutilisés.
- Utiliser des emballages en grès, bois, porcelaine ou cristal.

L'adhésion à Fost Plus n'exonère plus de la cotisation d'emballage mais reste nécessaire dans le cadre de l'accord interrégional de coopération qui transpose la directive 94/62/CE. Il n'y a également plus de possibilité effective d'exonération pour les emballages qui utilisent des matériaux recyclés.

D'un point de vue pratique, il n'y a plus de marquage à prévoir pour les emballages des boissons, ni logo, ni numéro d'enregistrement.

Notons encore que le lait et les boissons à base de lait constituent une exception car elles ne sont sujettes ni au droit d'accise, ni à la cotisation d'emballage et leur taux de TVA s'élève à 6 %.

Impact sur le consommateur belge:

- Boissons alcoolisées: impact modéré.
- Boissons non alcoolisées vendues au moins 1 €/pièce: légère

diminution du prix due à la baisse de TVA.

- Boissons non alcoolisées de moins de 1 €/pièce: augmentation des prix.

Ceci devrait inciter les consommateurs belges à fréquenter encore plus assidûment nos commerces!

■ Avis aux exportateurs luxembourgeois

Pour obtenir l'exonération de la cotisation d'emballage, notamment pour le Rivaner en bouteille d'1 litre, il faut introduire une demande auprès du directeur général des douanes et accises belges. Des for-

mulaires sont disponibles sur simple demande chez VALORLUX. ■

Pour plus d'informations:
VALORLUX, e-mail:
bernard.mottet@valorlux.lu,
tél.: 37 00 06-21

Détachement transfrontalier de travailleurs

Modèle actualisé

de la déclaration de détachement

L'Inspection de Travail et des Mines (ITM) rend les usagers attentifs à la publication sur le site Internet www.itm.etat.lu (rubrique «droit du travail») d'un modèle intégralement actualisé de la déclaration de détachement (DDD), telle que prévue par la loi du 20 décembre 2002 sur le détachement transfrontalier de travailleurs dans le cadre d'une prestation de services et la réglementation du contrôle du droit du travail (directive 96/71/ce).

Ce formulaire s'adresse d'une part aux employeurs n'ayant pas d'établissement stable sur notre territoire, où ils entendent faire effectuer une prestation de travail rémunérée quelconque, d'une durée non

limitée, par des collaborateurs, sous un lien de subordination contractuel.

Par ailleurs, la DDD concerne tout maître de l'ouvrage des secteurs public ou privé, responsables de la notification, via les avis préalables obligatoires notifiables par écrit à l'ITM, (cf. art. 3 R.G-D. du 4 novembre 1994), de la présence de tout corps de métier additionnel (non sélectionné ab initio) sur les chantiers mobiles et temporaires, qu'il soit détaché, sous-traitant ou non!

En cas de non-respect des dispositions légales ou réglementaires, le risque de retards considérables dans la réalisation des projets respectifs devra être pris en compte.

Cette version comprend en annexe les listes des documents et informations à déposer et rendre accessibles auprès du mandataire ad hoc, (de l'entreprise détachante) censé résider professionnellement au Luxembourg, antérieurement à l'exercice des prestations salariées détachées. ■

Pour toute question complémentaire, l'ITM peut être contactée, en sa qualité de bureau de liaison détachement, via la helpline:
détachement@itm.etat.lu
(posted.work@itm.etat.lu)

Iddien fir äere Succès

www. **IBRAND** - ladenbau.lu

5365 Munsbach
Tél. 31 28 85

Le secteur du **et des matériaux**



Le marché luxembourgeois du bricolage est estimé à 290 millions d'euros

bricolage de construction



Le marché du négoce en matériaux de construction et du bricolage était dans le passé couvert par différents magasins allant du négociant en matériaux en passant par le quincaillier, le peintre, le jardinier, le supermarché, etc. Depuis quelques années des grandes surfaces spécialisées se sont développées pour couvrir l'ensemble des besoins à côté des magasins traditionnels et de spécialistes (spécialistes en carrelages, en portes et fenêtres, revêtements de sols, etc.).

Les membres actuels de la fédération luxembourgeoise des négociants en matériaux (FEMACO) sont au nombre de 31. Le secteur du bricolage serait un marché de l'ordre de 170 milliards d'euros pour l'Europe (sauf la Russie), selon une évaluation du cabinet «Intel Retail Intelligence».

Quatre pays, l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni et la France représenteraient à eux seuls 69 % du marché. Le marché luxembourgeois est estimé à 290 millions d'euros.

■ Les négociants généralistes

Les négociants généralistes et multispécialistes sont placés devant le défi de concilier sous un même toit, la vente à la clientèle professionnelle et privée dont les attentes sont différentes.

La vente en gros à la clientèle professionnelle ne faisant pas l'objet de notre présentation, nous n'allons pas approfondir cette activité dont les approches commerciales et le marketing sont diffé-



rentes de celle en rapport avec le particulier.

Cette dernière clientèle assure en moyenne 30 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du négoce et varie de 0 à plus de 50 %, suivant les acteurs. Le négociant traditionnel a les moyens de se différencier des GSB (Grandes Surfaces de Bricolage), surtout par le service.

Malheureusement, le coût élevé du personnel de conseil qualifié n'est pas toujours honoré par certains clients qui réclament ce conseil et n'hésitent pas d'acheter en promotion dans une GSB où le service est souvent inexistant ou minimaliste.

Comme pour d'autres secteurs, le marché est caractérisé par une accélération des concentrations. Cela est dû à l'euphorie de la concurrence et à la recherche de potentiels d'achats plus importants.

De nombreux problèmes de succession sont également solutionnés, souvent par la vente de l'entreprise à des groupes.

En général, se sont les grandes surfaces de bricolage (GSB), souvent issues du secteur de la grande distribution alimentaire, qui captent une part grandissante de ce marché très atomisé, qui se partage essentiellement entre les chaînes succursalistes et par ailleurs, les groupements de réseaux franchisés.

Les 20 plus grandes GSB couvrent 22,7 % du marché européen. Le négoce en matériaux de construction et les quincailliers font généralement partie d'un groupement ou ont adapté la formule de la franchise. Les magasins individuels prenant une petite part du marché. Il faut cependant noter que le négoce en matériaux traditionnel couvre

encore une part importante du marché du bricolage dit lourd (blocs en béton, etc.) du fait de sa capacité de stockage et de livraison. Des GSB comme «**Hornbach**» ont comme politique de couvrir également ce marché.

- Les négociants en matériaux de construction au Luxembourg répondant aux critères ci-avant sont au nombre de 29. La majorité exploite un shop de 100 à 400 m² et ce tant pour la clientèle professionnelle que privée.
- Les entreprises «**Hoffmann-Schwall**» et la société «**Clement**» du groupe «**FNP**» exploitent des surfaces moyennes de 1.000 à 3.000 m² et font partie d'un groupement, respectivement «**Zeus**» et «**I&M Interbaustoff**».

Certains négociants couvrent également une part de marché en offrant des produits posés via un département entreprise.

A titre d'exemple, les établissements «**Maroldt, Putz, Decker-Ries**» ont une importante entreprise de pose de carrelages et les «**Ets Glaesener-Betz**» un département pose de portes de garages et de feux ouverts.

Comme pour la grande distribution, le négoce traditionnel est concurrencé par les acteurs à nos frontières où se développent de grands groupes. Récemment le numéro 1 européen «**Poliet**», avec l'enseigne «**Point P**» a repris quatre négoce à nos frontières et les 14 filiales de «**Kingfischer**» à l'enseigne «**Dubois Matériaux**». Ce dernier a lancé l'enseigne «**Castorama**» en France et en a fait un leader européen, il revient à son métier d'ori-

gine, dans le cadre de la spécialisation et de l'euphorie du commerce. «**Dubois Matériaux**» (avec un chiffre d'affaires de 246 millions d'euros), notamment la filiale de Metz, est active au Luxembourg.

Par ailleurs, la maison mère du «**Comptoir des Fers et Métaux**» «**Wolseley**» a racheté le numéro 2 français «**Pinault Bois & Matériaux**», qui est devenu le «**Réseau PRO**» du groupe «**PPR**» (voir le Merkur numéro 10 de décembre 2003) avec un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros réalisé par 281 magasins. «**PPR**» est également présent au Luxembourg via ses filiales frontalières. La presse spécialisée interprète ce rachat par le numéro 1 mondial «**Wolseley**» comme un défi lancé au numéro 1 européen «**Poliet**».

Wolseley

Basé à Londres, le groupe réalise 70 % de son chiffre d'affaires de 12 milliards d'euros en Amérique du Nord et également 70 % du chiffre d'affaires est représenté par le secteur sanitaire et du chauffage. Le nombre de points de vente s'élève à près de 3 500. Wolseley est présent dans 12 pays avec quelque 46 000 employés.

«**Poliet**» est la principale filiale de distribution bâtiment de «**Saint-Gobain**». Surtout connu pour ses activités dans le secteur du verre et de l'isolation (Isover), cette société présidée par Jean-Louis Beffa, a réalisé un chiffre d'affaires de 30,4 milliards d'euros en 2002. Le chiffre d'affaires de «**Saint-Gobain Distribution bâtiment**» est de 10,5 milliards

d'euros réalisé sur 2 800 points de vente dont 1 320 «Point P» en France avec 4,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Depuis plusieurs années, «Saint-Gobain» s'est recentré sur la distribution dans le bâtiment. Par le rachat du leader britannique du négoce de matériaux «**Meyer International**» (650 points de vente, CA de 2,7 milliards d'euros, quelque 13.000 employés), du numéro 1 allemand «**Raab Karcher**» (300 points de vente, CA de 2,2 milliards d'euros, implanté également en Hongrie, en Tchéquie, en Pologne, aux Pays-Bas, etc.) et du leader espagnol «**Mercader**» (CA de 50,3 millions d'euros), «Saint-Gobain» occupe une position de leader en Europe avec une part de 10 % d'un marché estimé à 130 milliards d'euros. Le groupe compte poursuivre sa croissance externe par des nouveaux rachats d'entreprises et développe de nouvelles formules de distribution, comme la «Plate-forme du Bâtiment» dont 70 implantations sont planifiées en Europe.

Dans le même temps, «Poliet» poursuit l'expansion de la filiale «**Lapeyre**», essentiellement orientée vers le grand public avec des gammes spécialisées. «Lapeyre» réalise un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros dont 1,2 en France avec 103 magasins et 9 usines. Après Talange en France, un nouveau point de vente «Lapeyre» devrait ouvrir à Messancy en Belgique.

Le groupe est occupé à remplacer ses enseignes «Lapeyre» et «**GME**» par une seule, nommée «**Lapeyre Maison**» qui intègre la cuisine, la salle de bains et la menuiserie intérieure et extérieure.

■ Les grandes surfaces de bricolage (GSB)

Cette nouvelle forme de commerce a démarré ses activités il y a une vingtaine d'années avec des surfaces de 1 000 à 2 000 m². Aujourd'hui, ce sont des surfaces de 10 000 m² jusqu'à 19 000 m² qui sont visées par les leaders du marché. Ceux-ci transforment leurs petits magasins des débuts en une formule discount à défaut de pouvoir les agrandir et sont donc une concurrence supplémentaire pour le commerce traditionnel.

Face à ces chaînes puissantes les magasins de surfaces réduites subissent le même sort que les épiciers lors de l'apparition des supermarchés. La majorité des chaînes évolue en présentant un assortiment complet autour des thèmes «vivre, habiter et loisir». La part des jardinerie connaît une importance croissante de l'ordre de 25 % du chiffre d'affaires d'une GSB.

L'offre et l'ambiance sont orientées vers la femme qui n'était pas la cliente traditionnelle de ce type de magasin. Outre la décoration et le jardin, ce sont les rayons de la cui-

sine, des animaleries, des loisirs créatifs et accessoirement la cafétéria et les journaux qui contribuent à accroître la fréquence des visites.

Les principaux rayons sont :

- outillage,
- quincaillerie,
- plomberie & sanitaire,
- électricité & luminaires,
- peintures & colles,
- petits meubles,
- peintures & papiers peints,
- revêtements de sol,
- carrelage & matériaux,
- bois & dérivés,
- jardin & camping,
- accessoires autos, motos et vélos.

Des six principaux acteurs européens, cinq sont actifs au Luxembourg et à nos frontières.

Parmi les 15 premiers acteurs sur le plan mondial, sept sont européens. Le numéro 1 mondial réalise plus du double du chiffre d'affaires de celui des sept européens réunis et cinq fois celui du numéro 1 européen. La trésorerie du numéro 1 mondial lui permettrait d'acquiescer sans problèmes le numéro 1 européen.

Les observateurs du marché qui annoncèrent cette opération sem-



Les leaders européens :	(million) €	Nb magasins
1. «B&Q» et «Castorama» : N° 3 mondial. Filiale de «Kingfisher»	10 745	600
2. «Obi» (Groupe «Tengelmann»): N° 6 mondial. Franchiseur	4 700	470
3. «Leroy-Merlin» (Groupe «Auchan»): N° 9 mondial. Filialiste	4 088	274
4. «Praktiker» (Groupe «Metro»): N° 10 mondial. Filialiste	2 700	378
5. «Homebase»: N° 14 mondial	2 000	300
6. «Bauhaus»: N° 15 mondial	1 985	178

blent avoir eu raison. En effet, le journal «Observer» annonce qu'une négociation pour un rachat de «Kingfischer» par «Home Dépôt» serait engagée.

En Allemagne, le rapprochement des groupements d'indépendants «Zeus» et «Hagebau», devrait positionner ces groupements en 2^e position du marché allemand, avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 2.600 millions d'euros et près de 900 magasins.

En Europe, l'apparition d'enseignes couvrant l'ensemble des marchés est rendue difficile à cause de la diversité des marchés. De ce fait, les opérations de croissance externe restent limitées.

Il est à noter que l'Allemagne dispose par client de surfaces de vente évaluées au double de la France, avec comme conséquence, une productivité par m² de 70 % inférieure.

1. Kingfischer

Le groupe «Kingfischer» avec trois enseignes principales «B&Q», «Castorama et Brico-Dépôt» (voir Merkur numéro 10, 2003) et près de 600 magasins a réalisé un chiffre d'affaires de 10,745 milliards d'euros. Le groupe ferme six magasins déficitaires de l'enseigne «Castorama» en Allemagne et les deux magasins belges. «Kingfischer» détient 30 % du capital du Holding de «Hornbach». Il bénéficie d'un droit de préemption permettant d'en prendre le contrôle.

Le groupe est directement présent à nos frontières avec un très grand «Castorama» à Thionville et Metz en France et avec des «Brico-Dépôt» (discount). Avec l'enseigne

«B&Q», «Kingfischer» a ouvert 13 magasins en Chine et en projette 70 dans les prochains cinq années.

2. Obi

Le numéro deux européen «Obi» du groupe allemand «Tengelmann» est deux fois plus petit que «Kingfischer» et est caractérisé par une structure composée de succursales exploitées en propre et de nombreux magasins franchisés.

«Obi» avec 470 magasins dispose de 110 magasins hors d'Allemagne principalement en Europe de l'Est avec la Russie (30 magasins dans 5 ans), en Italie et en Chine, où l'ouverture de 100 magasins est programmée en 10 ans. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 4,7 milliards d'euros dont 28 % à l'étranger. «Obi France» ne fait pas partie du groupe mais appartient à «Leroy Merlin». En ce qui concerne la clientèle luxembourgeoise, «Obi» est présent à la frontière allemande.

3. Leroy Merlin

Le Français «Leroy Merlin», numéro trois européen et numéro 9 mondial, du groupe «Auchan» de la famille Mulliez, est présent à nos frontières (Talange, France et Messancy, Belgique) et réalise un chiffre d'affaires de 4.088 millions d'euros (voir Merkur, août/septembre 2003).

Le groupe connaît un développement rapide et réalise un tiers de son chiffre d'affaires à l'étranger. Très présent en Italie avec «Bricocenter» en association avec «Rinascente», le groupe connaît un nouveau développement du fait du rachat des 38 magasins «Obi France» et des 30 magasins «Aki» au Portugal et en Espagne.

Ces enseignes ont été reprises au groupe hollandais «Vendex» (voir Merkur, juillet 2003) qui les avait rachetées au groupe belge «GIB».

«Vendex KBB» n'a conservé que les «Brico» belges et a racheté récemment les six magasins «Leroy Merlin», dont celui de Messancy (Belgique) qui changeront d'enseigne après deux ans. Il semblerait que le groupe projette l'ouverture d'un nouveau «Leroy Merlin» à proximité d'«Auchan» à Mont St Martin. (P.E.D. France).

«Leroy Merlin» avait racheté l'enseigne «Bricoman Belgique» à «Delhaize Frères (Cora)» (voir Merkur, novembre 2003). Après transformation en Leroy Merlin, l'enseigne a été reprise en France pour en faire des magasins discount. Après le Brésil, «Leroy Merlin» devrait ouvrir prochainement son premier des 20 magasins programmés en Chine et également ses premiers magasins en Russie.

En novembre 2003, «Leroy Merlin» a signé un accord de coopération avec le groupement d'indépendants français «Domaxel», 6^e acteur français, dont le réseau de 553 magasins de moyennes surfaces (+/- 500 m²) réalise un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros. «Leroy Merlin» est entré dans la société faitière de «Domaxel» en rachetant 50 % du capital.

4. Praktiker

Le numéro quatre européen et le numéro 10 mondial «Praktiker» du groupe allemand «Metro» (numéro 5 mondial de la distribution), avec trois grandes surfaces au Luxembourg à l'enseigne «Bâtiself» (surfaces de vente totale de

22 000 m²), devrait se positionner en tête du marché luxembourgeois avec une palette de produits très large.

Le groupe «Metro» avait annoncé la vente de sa filiale. Mais «Praktiker» ne semble pas encore avoir trouvé de repreneur à une époque où le marché allemand connaît des difficultés et que des pertes sont enregistrées. Il semblerait que le redressement en cours remette cette décision en question. Le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 2 700 millions d'euros avec 14 400 collaborateurs dans 378 différents points de vente, c'est-à-dire 344 en Allemagne et 51 à l'étranger (7 pays) avec 24,8 % du chiffre d'affaires total réalisé à l'étranger.

5. Homebase

Le groupe britannique a ouvert son premier magasin en Angleterre en 1981. Aujourd'hui, le groupe représente presque 300 magasins en Angleterre et y sert plus qu'un million de clients par semaine, avec un chiffre d'affaires total de 2 000 millions d'euros.

6. Bauhaus

L'Allemand «Bauhaus» contrôlé par Monsieur Baus, propriétaire de «**Duscholux**» à Luxembourg, est présent à nos frontières allemande et française. De ses 178 magasins, 58 sont situés dans 10 pays étrangers. Le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 1 985 millions d'euros.

■ Les autres acteurs au Luxembourg

Cactus Hobby

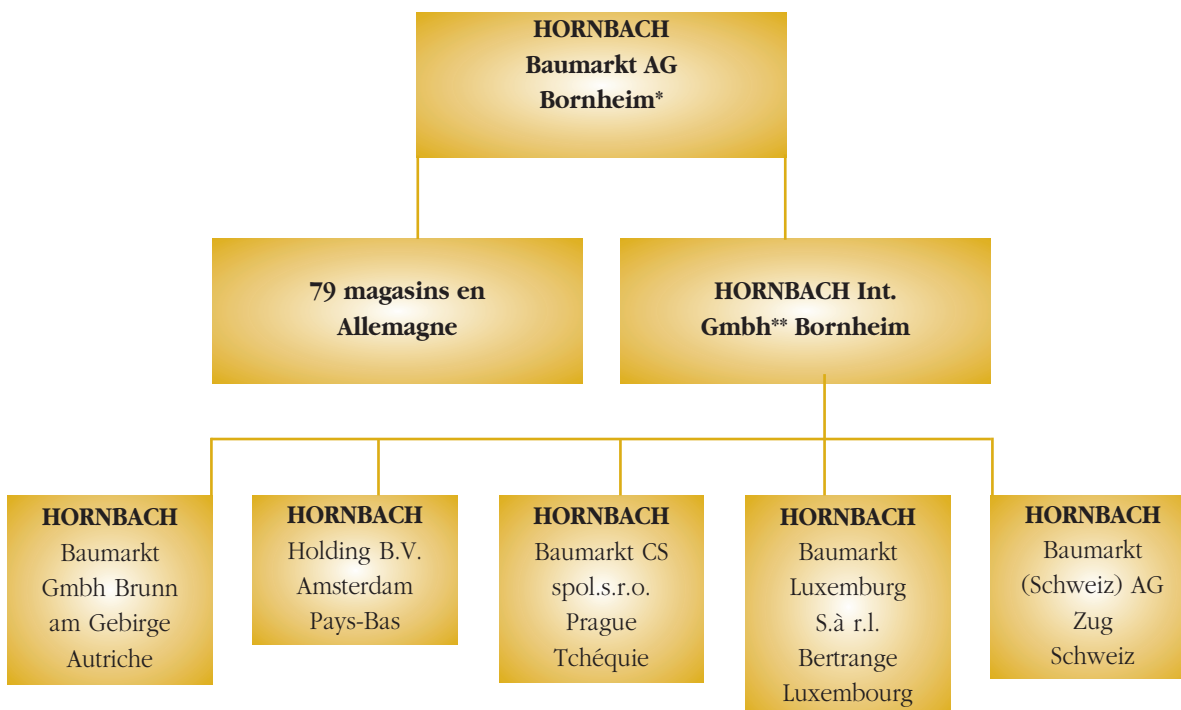
L'enseigne du groupe «Cactus» s'est développée autour du non-alimentaire avec d'importants rayons de jouets et de jardins (pour les détails, voir notre Merkur juillet 2003).

Hornbach :

le numéro 10 européen

Filiale du groupe du même nom, numéro trois allemand, exploite une très grande surface à Luxembourg (9 999 m²) et couvre ainsi toute la palette des produits pour la maison et le jardin, avec une offre très profonde et large.

«Hornbach» a comme objectif de conquérir une part de marché du professionnel, mais s'adresse priori-



* sociétés de participations incluses

** 16 magasins à l'étranger

Source: site internet: www.hornbach.com du 6 janvier 2004

tairement à la clientèle privée. «Hornbach» ne développe que de très grands formats de magasins.

Le chiffre d'affaires du groupe «Hornbach» s'élève à 1 625 millions d'euros dont 26 % à l'étranger, en augmentation de 13,15 % par rapport à l'année précédente. L'objectif du groupe est de 2 000 millions d'euros en 2003 avec 107 magasins et une surface de plus d'un million de m² et trois ouvertures prochaines. La plus récente ouverture a été faite à Göteborg et couvre 19 000 m² dont 5 000 sous forme de drive-in.

«Hornbach» développe également un modèle de grande surface

de jardinage sous l'enseigne «Lafiora», indépendant des magasins classiques avec jardinerie intégrée.

Hela Profi Center

«Hela» est une enseigne régionale du groupe familial centenaire «Distributa» à Saarlouis en Allemagne. En partenariat avec «Clement SA», «Hela» a ouvert un «Profi Center» à Bettembourg.

Regroupant cinq commerces spécialisés et un drive-in sous un même toit, le «Hela Profi Center» connaît un grand succès auprès de la clientèle luxembourgeoise. Issu de la distribution alimentaire, «Hela»

a ouvert la première de ses 33 GSB en 1972.

«Distributa» réalise un chiffre d'affaires de 655 millions d'euros dont 388 pour le secteur bricolage et se positionne au 27^e rang de la distribution allemande.

- Hela Brico
- Hela Jardin
- Hela Home Deco
- Hela Auto
- Hela Gourmet

Le groupe vient de céder ses 8 supermarchés alimentaires au groupe «Lidl & Schwartz».

L'auteur: Norbert Friob

Créateur et chef d'entreprise, Norbert Friob est une figure clé du monde commercial luxembourgeois. Son expérience, ses connaissances approfondies et ses multiples fonctions au sein d'organismes professionnels font de ce «self-made man» le porte-parole naturel d'un secteur d'activité extrêmement vaste et passionnant.



Photo: Fränk Weber, livre «Parlons commerce» de Norbert Friob, Éditions Guy Binsfeld

Norbert Friob est vice-président de la Chambre de Commerce et ancien président de la Confédération luxembourgeoise de commerce. Il est par ailleurs membre luxembourgeois de nombreux organismes et groupes d'experts internationaux, notamment du «Enterprise Policy Group» auprès de la Commission européenne. Norbert Friob est aussi l'auteur de «Parlons Commerce!» paru aux éditions Guy Binsfeld, 2002, ISBN 2-87954-114-X.

Il en apprend tous les jours...

Une initiative de l'INFPC, Institut National pour le développement de la Formation Professionnelle Continue, soutenue par le Ministère de l'Éducation Nationale, de la Formation Professionnelle et des Sports

A tout âge, apprendre, c'est vivre avec son temps

Le monde bouge vite, de plus en plus vite. La société se transforme. Les technologies évoluent. Tout s'accélère... Pour rester dans le mouvement, il faut s'adapter, faire preuve d'esprit d'ouverture, de curiosité et apprendre... tout au long de la vie.

La formation professionnelle continue offre cette possibilité à chaque individu. C'est aussi un outil efficace au service des entreprises soucieuses d'élever le niveau de compétences de leur personnel pour rester compétitives.

Aujourd'hui, différents partenaires conjuguent leurs efforts afin de proposer à chacun, selon ses aspirations et ses objectifs, des programmes de formation de qualité pour progresser.

Des centaines de formations à découvrir sur:

www.lifelong-learning.lu

infoligne

26 20 40

**La formation professionnelle continue,
pour avancer avec le monde.**

en partenariat avec:

Aforest Lux
Chambre de Commerce
Chambre de Travail
Chambre des Employés Privés
Chambre des Métiers
Computacenter IT Education Services
Deloitte & Touche - Development Centre
Double A Technologies Group
Fashion Genius Institute
GIE SITec
INFPC
inlingua Formation Langues
Key Job Computer Training
Ministère de l'Éducation Nationale,
de la Formation Professionnelle et des Sports
Ministère du Travail et de l'Emploi /
École Supérieure du Travail
OLAP - Office de Productivité
PwC ACADEMY
SECURITAS Centre de Formation
STOLL Safety
TELINDUS Formation

17 février 2004

Une délégation de la **FEDIL** reçue par le gouvernement

Une délégation de la FEDIL, conduite par M. Charles KROMBACH, président, a été reçue le 17 février dernier par le gouvernement représenté par M. Jean-Claude JUNCKER, ministre d'Etat, ainsi que les ministres M. Fernand BODEN, Mme Erna HENNICOT-SCHOEPGES, M. Henri GRETHEN, M. Charles GOERENS, M. Luc FRIEDEN et M. François BILTGEN, afin de procéder à un échange de vues traditionnel portant sur des thèmes d'actualité et concernant de près les secteurs économiques regroupés au sein de la FEDIL.

L'échange de vues portait notamment sur trois volets, à savoir la politique financière, la politique sociale et l'énergie.

Le gouvernement et la FEDIL partagent le souci d'une politique budgétaire prudente. Tout d'abord, la FEDIL salue les efforts du gouvernement pour le maintien d'un haut niveau d'investissements publics, créateurs de valeur ajoutée pour de nombreux secteurs de l'économie nationale (construction, artisanat, commerce) et permettant d'améliorer les infrastructures au

service de l'économie. De même, la FEDIL souligne le bien-fondé de la réforme fiscale de 2001-2002, par son effet de stimulation sur la consommation et les investissements privés.

Cependant, la FEDIL estime que la progression excessive des dépenses courantes de l'Etat, allant de pair avec une diminution des recettes courantes, risque de paralyser la marge de manœuvre budgétaire du gouvernement. Dans ce contexte, il y a lieu de relever l'impact des dépenses sociales ou encore les dépenses en relation avec la politique de rémunération dans la fonction publique.

Dans le domaine de la politique sociale, la FEDIL estime que les discussions actuelles sur l'indemnisation en cas de maladie («Lohnfortzahlung») et, en général, sur l'introduction du statut unique, devront impérativement être vues dans le contexte plus large de la compétitivité des entreprises. Il ne saurait donc être question d'augmenter les charges sociales des entreprises, que ce soit par le biais des taux de cotisation ou d'une prise en charge

de l'indemnité pécuniaire de maladie.

Par ailleurs, les mesures proposées par la FEDIL, notamment l'introduction d'une participation de l'assuré, gardent toute leur pertinence et doivent être considérées dans la discussion générale à mener, alors qu'elles permettent de réduire l'absentéisme, phénomène à la base de la croissance des indemnités pécuniaires de maladie. Toujours en ce qui concerne l'indemnisation des absences pour maladie, tant la FEDIL que le gouvernement tiennent à préciser que les engagements pris se limitent, pour l'instant, à la seule réalisation d'une étude d'impact.

Dans le domaine de la politique relative à l'énergie, la FEDIL souligne la nécessité du maintien voire du rétablissement de la compétitivité des tarifs industriels d'énergie lors de la mise en œuvre des dossiers tels que la taxation de l'énergie ou de la directive européenne «Emission Trading». Au sujet de la mise en œuvre de cette directive en relation avec les accords de Kyoto visant à réduire sensiblement les émissions de gaz à effet de serre, la FEDIL a eu un dialogue constructif avec le gouvernement.

Consciente du fait que l'engagement trop ambitieux du gouvernement pris à Kyoto en 1997 risque d'hypothéquer et le développement industriel et l'équilibre budgétaire de l'Etat, la FEDIL estime incontournable le recours aux instruments dits «flexibles», permettant au Luxembourg de se faire créditer des quo-



tas d'émissions par le co-financement de projets écologiques dans des pays tiers.

Dans ce contexte, le gouvernement devrait s'opposer à toute tentative au niveau européen allant dans le sens d'une interprétation plus stricte des accords de Kyoto, notamment par une limitation du

recours aux instruments flexibles. Toujours en rapport avec la directive «Emission Trading», la FEDIL est d'avis que le Plan national d'allocation, à élaborer par le gouvernement d'ici le 31 mars, devrait s'orienter selon les besoins réels des entreprises en termes de quotas d'émissions.

Finalement, la FEDIL invite le gouvernement à réfléchir sur les démarches futures à entamer à l'échelle européenne pour le cas où le Protocole de Kyoto ne pourrait entrer en vigueur en raison de la non-adhésion des grands blocs économiques, tels la Russie et les Etats-Unis.

(Communiqué par la FEDIL) ■

13 février 2004

Réunion du **Conseil** **d'administration de la FEDIL**

Le Conseil d'administration de la FEDIL s'est réuni le 13 février dernier sous la présidence de M. Charles KROMBACH, réunion qui s'est tenue pour la première fois dans les nouveaux locaux de la FEDIL, situés dans le bâtiment B de l'Hôtel de la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, à Luxembourg-Kirchberg. Dans ce contexte, le Conseil d'administration a pris note de l'inauguration officielle du bâtiment, prévue pour les 21 et 22 avril 2004.

La réunion du Conseil d'administration a par ailleurs été l'occasion de préparer la rencontre annuelle avec le gouvernement, entrevue qui aura lieu demain mardi, 17 février.

Au chapitre des sujets d'actualité, le Conseil a analysé en détail les dernières réunions en date en groupe restreint du Comité de coordination tripartite, ayant porté sur l'analyse de la compétitivité de l'économie luxembourgeoise. A une époque où les marchés deviennent de plus en plus globaux et la concurrence de plus en plus internationale, l'analyse, de l'avis de la FEDIL, ne devrait pas se limiter à

comparer le Luxembourg aux pays limitrophes et européens. Elle devrait plutôt s'étendre, dans le cadre d'une approche sectorielle, à certains pays de l'Europe centrale et orientale, voire à certains pays d'Asie.

Par ailleurs, la FEDIL salue le fait que les parties réunies en groupe restreint se soient notamment mises d'accord sur le principe d'un recours aux services d'un expert en matière de compétitivité.

Toujours en rapport avec la compétitivité des entreprises luxembourgeoises, et sur fond d'un projet d'étude portant sur une éventuelle uniformisation du système d'indemnisation en cas d'incapacité de travail pour cause de maladie («Lohnfortzahlung»), le Conseil a mis en garde devant le danger d'une explosion des charges liées au risque de maladie, surtout pour les secteurs employant une majorité d'ouvriers. En outre, la FEDIL estime que les mesures proposées jusqu'ici ne s'attaquent pas au problème de fond que constitue l'absentéisme en entreprise.

Le Conseil d'administration a par ailleurs procédé à une analyse de la

situation économique et sociale, sur base des derniers indicateurs conjoncturels. Le constat a été fait que les données statistiques récentes laissent entrevoir une légère amélioration des perspectives économiques, surtout en ce qui concerne la production industrielle, en hausse depuis juillet 2003. Cependant, la FEDIL s'inquiète toujours d'une certaine dégradation de la compétitivité de l'économie luxembourgeoise engendrant des restructurations au niveau de certains secteurs ou entreprises.

Par ailleurs, le Conseil d'administration a approuvé les demandes d'affiliation à la FEDIL des quatre sociétés suivantes: D.Z. CONSTRUCT S.A. (entreprise de construction), EUROBETON S.A. (fabrication et commercialisation de produits en béton et en pierre naturelle, négoce de matériaux de construction), HAMUS&HASIAS HUMAN RESOURCES CONSULTING S.A. (conseil en gestion des ressources humaines, audits sociaux, évaluation du potentiel, formation) et STRATEGIES S.à r.l. (bureau conseil et agence d'affaires).

(Communiqué par la FEDIL) ■

31 mars 2004

Forum Femmes et entreprises: Créer son entreprise

Après le succès qu'a connu en avril 2002 le Forum de rencontre «Femmes et Entreprises», l'édition 2004 aura pour thème «Créer son entreprise». Le Forum s'adresse aux femmes qui souhaitent créer leur propre entreprise et s'informer sur les possibilités et les conditions d'accès à la création d'entreprise. Il souhaite donner une visibilité accrue aux femmes chefs d'entreprise afin de sensibiliser et de motiver d'autres femmes à se lancer dans un projet de création d'entreprise.

L'évènement sera organisé conjointement par l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) et le Ministère de la Promotion Féminine le mercredi 31 mars à la Chambre des Métiers. Il s'inscrit dans le cadre du Plan d'action national pour l'emploi 2003 et 2004 et du projet «La participation équilibrée des femmes et des hommes à la prise de décision» du Ministère de la Promotion Féminine qui fait partie du programme concernant la stratégie – cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes.

Le Forum «Femmes et Entreprises 2004» sera l'occasion pour les femmes souhaitant créer leur entreprise de rencontrer des femmes gérant leur propre entreprise au Luxembourg. Elles auront également l'occasion de s'informer auprès des organismes compétents en matière de création d'entreprise.

Le Forum a également pour objectif la mise en place d'un réseau d'échange d'expériences entre

femmes créatrices d'entreprises et femmes dans la prise de décision.

La langue véhiculaire du Forum 2004 sera le luxembourgeois. La participation au Forum se fera sur inscription préalable. Cette inscrip-

tion peut se faire en ligne.

En soirée, pour la conférence-débat, la traduction des interventions officielles sera assurée dans les langues luxembourgeoise, française, allemande et anglaise. ■

Programme provisoire

09:30

Séance de bienvenue par les organisateurs

Allocution de Madame Marie-Josée Jacobs, Ministre de la Promotion féminine

Présentation des principes directeurs du plan d'action national pour la promotion de l'esprit d'entreprise par Monsieur Henri Grethen, Ministre de l'Economie

Séminaire

09:50-11:30

Echange d'expériences avec des femmes chefs d'entreprises

11:30-12:30

La création d'entreprise présentée par les Chambres professionnelles

12:30-13:30

Lunch et visite des stands d'information sur la création d'entreprise

Continuation du séminaire

13:30-15:30

Echange d'expériences avec des femmes chefs d'entreprises

15:30-16:30

Les aides à la création d'entreprise présentées par les Chambres professionnelles

16:30-16:40

Séance de clôture

Visite des stands d'information sur la création d'entreprise

18:00-20:00

Conférence-débat: «Femmes, chefs d'entreprise» Comment participer à un réseau d'échange d'expériences?

Ouverture par Marie-Josée Jacobs, Ministre de la Promotion Féminine

Avec la participation de Martine Marandel-Joly, Présidente de l'Association des Femmes Chefs d'entreprises, Christine Bereziat, Centre de Ressources pour l'Entrepreneuriat Féminin, Montpellier, Marianne Karlberg, project manager de l'Agence suédoise Nutek (Swedish Business Development Agency)

20:00

Vin d'honneur

Pour toute information supplémentaire: Ministère de la Promotion Féminine, tél.: 478-5814, fax: 24 18 86 ou Union des Entreprises Luxembourgeoises, tél.: 26 00 9-792. Site: www.mpf.public.lu, e-mail: promotionfeminine@mpf.etat.lu. Inscriptions: www.hrone.lu



**Alors, qui vient de changer
les couches de bébé ?**



RESPONSABILITE PARTAGEE, EGALITE RESPECTEE

L'homme au travail, la femme au foyer ? De nos jours, cette répartition des rôles n'est plus la seule option possible. Car la femme et l'homme peuvent très bien mener une carrière professionnelle et une vie de couple harmonieuse. Les rôles traditionnels s'estompent et les modes de vie évoluent. Aujourd'hui, les couples partagent les tâches et la femme et l'homme assument, chacun leur tour, les responsabilités envers la famille. Dans l'optique d'une égalité des sexes chaque jour mieux respectée. Le Ministère de la Promotion Féminine fait avancer cette égalité dans le travail et la vie privée. Pour le bien des femmes...et des hommes!



MINISTERE DE LA PROMOTION FEMININE
www.mpf.lu



LE GOUVERNEMENT
du Grand-Duché de Luxembourg

Remise des certificats en accueil hôtelier

L'Administration de l'Emploi, le Centre National de Formation Professionnelle Continue d'Esch-sur-Alzette et l'Horesca organisent régulièrement des formations qui ont pour but d'initier au métier de réceptionniste dans un établissement d'hébergement. Suite à une convention conclue entre le Ministère du Travail, le Ministère de l'Education Nationale et l'Horesca, une nouvelle édition de cette formation qui a comme but d'initier des demandeurs d'emploi à l'accueil en hôtellerie a eu lieu au cours des dernières semaines.

Issus pour la majorité du secteur tertiaire, les personnes intéressées ont l'occasion de réorienter leur carrière professionnelle vers les métiers du tourisme. La formation d'une durée d'environ deux mois se veut très concrète et pratique.

L'accueil des hôtes, la prise en charge des clients difficiles, l'accueil téléphonique, le traitement informatique des données, le travail en équipe et la préparation au stage sont parmi d'autres les aspects traités lors des cours. Cette fois-ci, les organisateurs ont mis plus de poids sur le système informatique Fidelio et sur l'enseignement de l'anglais. Grâce à des intervenants externes, les inscrits apprennent aussi à connaître les atouts touristiques du pays, à se familiariser aux différents moyens de paiement modernes et à se faire une idée sur les débouchés et les perspectives dans ce secteur. Une visite en entreprise clôture la partie théorique.

Ensuite, les participants effectuent un stage pratique de quatorze jours en entreprise. Par ce moyen, ils peuvent se rendre compte des différentes facettes que comporte ce métier au quotidien. En leur enseignant un peu de leur savoir-faire, les hôteliers ont aussi la possibilité d'étoffer leurs effectifs par du personnel motivé. Un contrat d'embauche est généralement la suite logique, notamment par un deuxième stage, dit de réinsertion, comme le prévoit le Plan d'Action National en faveur de l'emploi sur une période de deux mois.

Les lauréats du 9 février 2004 sont: Boursier Lydie, Luxembourg; Brunet Corinne, Luxembourg; Do Carmo Dias Alice Rosa, Schrassig;

Eisenbarth Christophe, France; Flink Cornelis, Luxembourg; Forman-Fretz Martine, Eschen; Ghanadzadeh-Mansur Lida, Luxembourg; Robakowski Bernadette, Mondorf/Bains; Schoorman Jean-Marc, Munsbach; Tenerand Maryse, Luxembourg.

(Communiqué par l'Horesca) ■

Les hôteliers intéressés par l'accueil d'un stagiaire lors d'une prochaine session ou désirant connaître leurs avantages dans le cadre du stage de réinsertion peuvent se renseigner auprès de l'ADEM (tél.: 478.5463) ou auprès de l'HOESCA (fax.: 42.13.55.299/ mail@horesca.lu)



Journée Horesca 2004

Cette année l'assemblée générale de la Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg se déroulera dans les nouveaux locaux de la Chambre de Commerce à Luxembourg-Kirchberg. Une occasion unique pour découvrir cet immeuble moderne où se trouvent aussi les bureaux de l'Horesca.

En soirée, un magnifique dîner au Casino 2000 avec animation musicale clôturera cette réunion. Réservez donc dès aujourd'hui la journée du 29 mars prochain.

Programme

Assemblées générales dans l'enceinte de la Chambre de Commerce

15h00 Début de la réunion

Ordre du jour

1. Allocution du président
2. Allocution du secrétaire général
3. Rapport de Caisse
4. Rapport des réviseurs de caisse
5. Elections statutaires
6. Divers

Dîner de Gala à Mondorf-les-Bains

19h00 Apéritif au Foyer du Casino 2000

20h00 Remise des diplômes

20h15 Dîner de Gala avec animation musicale

Une invitation avec le programme détaillé et une fiche d'inscription sera prochainement envoyée à chaque établissement.

Diplômes pour membres méritants

Lors de la Journée HORESCA aura lieu la remise des diplômes aux membres méritants. Les personnes qui exploitent un établissement depuis 15, 25 ou 30 ans sont priées d'avertir le bureau de l'HORESCA au numéro de téléphone 42 13 551 ou par fax au 42 13 55 299 au plus vite. ■

Groupement des grossistes en matériel électrique

Ecotrel :

une nouvelle structure pour gérer les déchets électriques

La Commission européenne s'est souciee de la prévention, de la valorisation et de l'élimination des déchets provenant d'équipements électriques et électroniques. Sa politique en matière de protection de l'environnement a abouti à l'adoption par le Parlement et le Conseil européen d'une directive qui responsabilise les fabricants ou leurs représentants en matière de gestion de ces déchets. La directive doit être transposée en droit national avant le 13 août de cette année.

Pour pouvoir répondre efficacement aux nouvelles obligations qui leur incomberont en vertu des nouvelles dispositions réglementaires, 43 entreprises importatrices d'équipements électriques et électroniques se sont réunies ce jeudi, 19 février 2004, pour constituer une association sans but lucratif dénommée *Ecotrel*. Cet organisme mettra en place et financera, pour le compte de ses membres, un système assurant le traitement, la valorisation et le

recyclage de ces déchets. A noter que 45 autres entreprises ne pouvaient pas être présentes mais ont d'ores et déjà confirmé leur adhésion à *Ecotrel*.

L'initiative émanait du GME (Groupement des grossistes en matériel électrique) et de la clc, en collaboration avec la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et la Fédération des Artisans.

(Communiqué par la clc) ■

Neue Prüfungsrunde

EcoLabel Luxembourg: Anmelden bis 31. März!

Mit dem „EcoLabel für Luxemburger Tourismusbetriebe“, dem staatlichen Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe in Luxemburg, fördern das Tourismus- und Umweltministerium einen umweltverträglichen Tourismus im Großherzogtum, der für Gäste und Inhaber gleichermaßen für Qualität steht.

2003 waren 23 Betriebe mit dem EcoLabel ausgezeichnet und weitere Beherbergungsbetriebe haben für

2004 ihre Interesse bekundet. Wenn auch Sie bereits umweltbewußt wirtschaften oder dies in Zukunft tun wollen können Sie die Unterlagen zum EcoLabel bei der Stiftung Öko-Fonds unter Tel. 439030-44 oder emweltberodung@emweltzenter.lu anfordern. Gerne schicken wir Ihnen den Kriterienkatalog und weiteres Informationsmaterial zu.

Die Bewerbung zur Teilnahme am EcoLabel sollte bis 31. März bei der Stiftung Öko-Fonds eingegan-

gen sein. Die Prüfungsgebühr beträgt 74 €. Betriebsberatungen werden unabhängig von einer Teilnahme jederzeit angeboten. Sonstige Infos zum EcoLabel können im Internet unter der Website der Stiftung Öko-Fonds www.emweltzenter.lu aufgerufen werden.

(Mitgeteilt vom Umweltberodung Stëftung ÖkoFonds) ■



ONT

Parution d'un **nouveau dépliant «Parcs et Jardins»**

L'Office National du Tourisme de Luxembourg propose aux amis des parcs et jardins un nouveau petit dépliant en couleurs, renseignant sur les plus beaux parcs et jardins des différentes régions du Grand-Duché de Luxembourg. Le lecteur se familiarisera tant avec la genèse des parcs qu'avec leur flore et folies. Les parcs abbaciaux et seigneuriaux, publics et privés, paysages et urbains font partie de ce patrimoine insoupçonné. Des renvois vers la «Landesgartenschau 2004» et les projets annexes réalisés à Luxembourg, font partie des informations. Une très grande importance est portée à la description de la localisation des parcs et jardins, afin de renseigner les fervents sur la présence d'un cours d'eau ou d'une forêt. En plus fournit-il une carte compor-



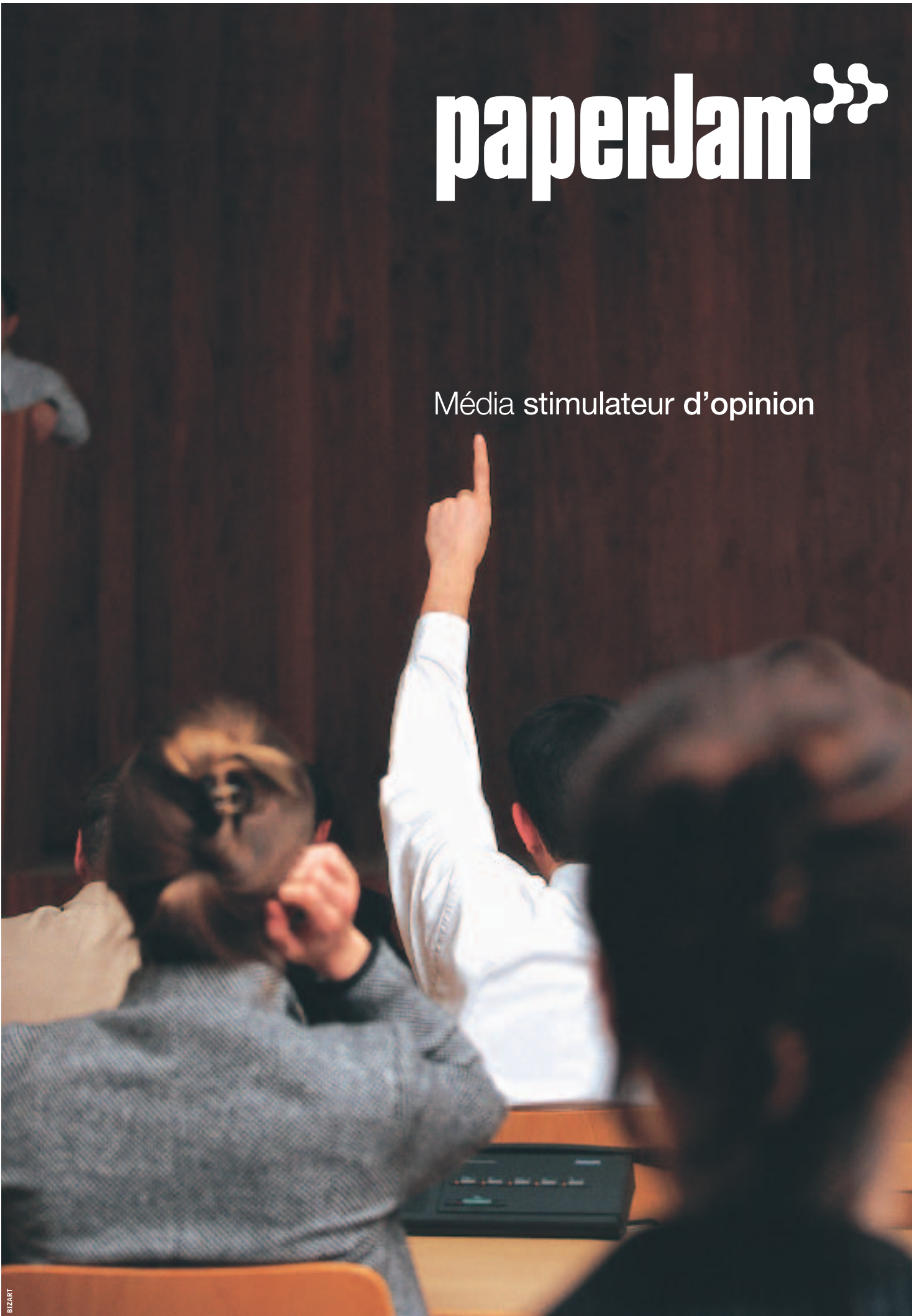
tant quelques propositions de circuits découvertes de ce patrimoine à travers les différentes régions du Grand-Duché de Luxembourg.

Ce dépliant présente un attrait considérable pour les amateurs de la nature. Il peut également être considéré comme consigne au respect de la nature. Les informations, concernant les parcs et jardins, ont été rédigées par M. Marc Schoellen et M. Robert L. Philippart.

Le dépliant est disponible gratuitement au bureau de l'ONT à la Gare Centrale du Luxembourg. Il a été réalisé par l'Agence Lardo en langue allemande et française. Le bureau de l'ONT, actuellement installé devant la gare centrale, est ouvert du lundi au samedi de 9.30 – 12.30 et de 13.45 – 18.00 heures, tél.: 42 82 82 20, fax : 42 82 82 30, e-mail : info@ont.lu / Internet : www.ont.lu

paperJam³

Média stimulateur d'opinion



BIZART

Economie

Finances

Who's who

EN BREF

Concours Riesling du monde 2004

Domaines Thill et Clos des rochers récompensés



Lors de la 7^e édition du Concours «Riesling du Monde», qui a eu lieu le 9 février 2004 au Palais de la Musique et des Congrès de Strasbourg, le jury composé de plus de 160 professionnels du vin a décerné des médailles d'argent au Riesling, Château de Schengen, Domaine «Thill» – Schengen (Fût 101, 2002) et au Riesling, Domaine et Tradition, Domaine «Clos des Rochers» (Fût 302, 2002). Le concours «Riesling du Monde» répond aux normes très exigeantes des concours agréés par l'OIV (Office International des Vins) et repose sur des principes stricts tels que dégustation à l'aveugle, jury international, notes affectées selon des coefficients de pondération et dépouillement fait sous contrôle d'huissier. Pour plus d'informations concernant les Domaines «Thill» et «Clos des Rochers»: www.bernard-massard.com.

Guide en ligne

Améliorer la santé et sécurité dans les PME

L'Agence européenne pour la santé et la sécurité au travail a lancé un guide en ligne en matière de santé et de sécurité

pour les petites et moyennes entreprises. Ce guide contient des informations concernant les activités de l'Agence pour les PME (plans de subvention de l'Agence pour les bonnes pratiques dans le domaine de la sécurité et la santé, des exemples pratiques réussis en la matière ainsi que de nombreuses informations sur les bonnes pratiques). Il couvre aussi un large éventail de risques clés tels que les accidents et les substances dangereuses. Renseignements: <http://sme.osha.eu.int>.

Günstig tanken

Erste öffentliche Erdgas-Tankstelle in Luxemburg.



Erdgas ist eine umweltfreundliche und kostengünstige Alternative zu Benzin und Diesel. In Luxemburg sind Erdgasfahrzeuge aber nur wenig verbreitet, was unter anderem an der mangelhaften Versorgung mit dem Treibstoff Erdgas liegt. Gemeinsam mit der SOTEG S.A. hat Aral Luxembourg S.A. den ersten Schritt gemacht, um in den Ballungszentren Erdgas für Automobile anzubieten. Ende Januar 2004 wurde die erste Aral Erdgastankstelle auf Findel offiziell eröffnet. Eine zweite Aral Tankstelle mit Erdgas wird Mitte 2004 in Luxemburg-Merl ans Netz gehen. Weitere Informationen: www.erdgas.lu ou www.autopolis.lu

Sales-Lentz de la Chambre de



L'APSI (Association des Professionnels de la Société de l'information) a procédé récemment à la remise des trophées de la seconde édition de l'Internet Business Trophy (IBT - 2003) qui vise à «primer les meilleures pratiques d'utilisation et d'implantation des nouvelles technologies d'information et de communication».

La manifestation s'est déroulée à l'hôtel Sofitel au Kirchberg où plus de 80 invités du monde professionnel et politique s'étaient donné rendez-vous.

Après une introduction du président de l'Association, Fernand Thill, Jean-Marie Reiff, du ministère de l'Economie (OLAS-Office Luxembourgeois d'Accréditation et de Surveillance) a annoncé la création de deux certificats à l'échelle nationale: l'e-commerce certified – qualité et le e-infrastructure certified. Le premier concerne le volet qualité et est destiné aux sites de commerce électronique (en 2003, 7 sites Internet ont été certifiés et plusieurs autres sont en cours de certification). Le second concerne le volet sécurité pour les

services offerts par les fournisseurs d'accès, les opérateurs et les centres de données.

Il a également profité de l'occasion pour mentionner que le Luxembourg était le premier à mettre en place une toute nouvelle initiative européenne, du nom de CASES (Cyberworld Awareness Security Enhancement Structure). Ce service aura pour missions principales de fournir des informations de base sur la sécurité des systèmes d'information, de proposer des formations, d'identifier et inviter des experts pour présenter la sécurité des réseaux lors de séminaires, de suivre la communication de menaces et de vulnérabilités (virus, troyens, vers...) ainsi que de publier un guide de sécurité et des newsletters traitant de ce domaine.

Pour sa 2^e édition de l'IBT, l'APSI avait retenu huit dossiers pour le jury final, composé de représentants des institutions suivantes: Chambre de Commerce, Chambre des Métiers, CRP Gabriel Lippman, Ministère de l'Economie, Confédération Luxembourgeoise du Commerce, American

remporte le prix

Commerce

Chamber of Commerce et CRP Henri Tudor.

Le jury a dû faire preuve d'un esprit d'analyse aiguisé afin de désigner les deux lauréats de l'IBT03 pour lequel l'APSI a su s'assurer du parrainage de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers.

Ainsi le prix de la «Chambre de Commerce» a été décerné à la société SALES-LENTZ pour son projet «Easy by Coach» et le prix de la «Chambre des Métiers» a été attribué à la société INFODATA pour son projet «Always on». S'inspirant de la formule «low-cost» des compagnies aériennes, le site easybycoach.com offre la possibilité à ses utilisateurs d'acheter en ligne des tickets de bus à des prix très compétitifs (p. ex.: Luxembourg-Bruxelles pour un euro). Ce concept original fonctionne, puisque quelques jours seulement après son lancement en novembre 2003, la ligne directe entre Luxembourg et Bruxelles a connu déjà un succès exceptionnel avec plus de 1 000 réservations effectuées. Fort de ce succès, Sales-Lentz annonce pour le 1^{er} avril neuf jonctions journalières entre Luxembourg et l'aéroport de Hahn.



Les organisateurs ont félicité les deux lauréats, mais également les six autres nominés qui ont présenté des projets de qualité, soulignant que le secteur luxembourgeois de l'informatique s'est résolument tourné vers une mise en œuvre des technologies les plus modernes créant ainsi une solide base pour assurer la compétitivité de nos entreprises.

Lors de la cérémonie, les représentants de l'APSI ont également saisi l'occasion pour tirer un bilan de son activité 2003. Pour l'exercice 2004, l'APSI souhaite, en complément à ses activités normales, mettre en place une plate-forme de rencontre régulière entre ses membres et des personnalités influentes du monde des affaires ou du monde politique et ce dans le cadre de tables rondes et cercles thématiques. Une participation active des membres est également souhaitée au travers de l'organisation de groupes de travail afin de traiter des aspects d'un sujet qui intéresse nos membres.

L'APSI est une association patronale non lucrative de sociétés exerçant des professions dans le domaine de la société de l'information et dont l'ambition vise à la défense des intérêts de ses membres et être un interlocuteur auprès des instances dirigeantes.

L'APSI vise également à favoriser la création d'initiatives publiques et privées dans les domaines de la société de l'information au Grand-Duché de Luxembourg. Pour en savoir plus : www.apsi.lu. ■

EN BREF

Bilanz

KPMG International steigert Umsatz um 13,4%

KPMG International, das weltweite Netzwerk für Dienstleistungen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Unternehmensberatung, hat kürzlich die Umsatzzahlen für das am 30. September 2003 beendete Wirtschaftsjahr bekannt gegeben. Danach betrug der Umsatz 12,16 Mrd. USD, was einer Steigerung von 1,44 Mrd. USD resp. 13,4 % in USD im Vergleich zum Vorjahr entspricht. In lokaler Währung gerechnet betrug die Umsatzsteigerung bereinigt 5,4 %. Während die Bereiche Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung leichte Umsatzsteigerungen erreichen konnten, sanken die Umsätze in den Beratungsbereichen.

Entreprise

de déménagement Nouvelle identité visuelle pour A. Daleiden



Pour moderniser son image, la société de déménagement A. Daleiden Sàrl change d'identité visuelle. Le nouveau logo conçu avec la société GAX met en avant la nouvelle orientation internationale de la société, tout en gardant son esprit traditionnel. Pour en savoir plus : www.daleiden.lu

Optimal Security

L'Instant Messaging à la portée de tous

La société Optimal Security, installée au Luxembourg depuis 4 ans, offre des services d'hébergement de messagerie et de site

web aux entreprises comme aux particuliers sous la dénomination «NetGine.net». Trois formules de services sont proposées en fonction des besoins de l'entreprise. Les services incluent antivirus, antispam et accès sécurisé (via SSL). Par ailleurs, «NetGine.net» est la première solution à offrir au Luxembourg un service d'«Instant Messaging» pour les professionnels comme pour les particuliers. Cette technologie offre l'immédiateté du téléphone au prix des communications Internet sans prendre en considération le lieu géographique des interlocuteurs. Informations: www.netgine.net

Versicherungswesen

Swiss Life mit vereinfachter Markenstruktur und neuem Erscheinungsbild

Eine neue Markenarchitektur und ein neues Erscheinungsbild sind weitere Schritte in der Strategieumsetzung von Swiss Life. Die bisher komplexe Markenstruktur mit vielen unterschiedlichen Namen und Erscheinungsbildern wird ersetzt durch eine einfache, klare Markenarchitektur unter der Dachmarke „Swiss Life“. Der neue Auftritt soll dazu beitragen, dass sich das Unternehmen international als führender Anbieter im Bereich Vorsorge positionieren kann. Das neue Erscheinungsbild wird bis Ende 2005 in allen Kernmärkten schrittweise eingeführt. In Luxemburg begann die Umstellung im Januar 2004.



Anniversaire

Le groupe Stugalux a fêté son 30^e anniversaire.



Le groupe Stugalux, constituée en 1973 sous la direction de Monsieur Jos. BOURG, a fêté le 13 février 2004 son 30^e anniversaire. En 1973 l'entreprise luxembourgeoise démarrait avec 5 salariés. Aujourd'hui avec plus de 230 salariés de différentes nationalités, le groupe totalise un chiffre d'affaire annuel de 50 millions d'euros. Initialement, Stugalux se consacra exclusivement à la construction de maisons unifamiliales et élargit ensuite son domaine d'activités à la construction de résidences à appartements, ainsi qu'à la réalisation d'immeubles administratifs. Le groupe a réalisé à ce jour plus de 1.500 maisons unifamiliales et plus de 500 appartements.

Sidérurgie

Arcelor annonce la cession des actifs de J&L Specialty Steel

Arcelor a annoncé que sa filiale J&L Specialty Steel, LLC a signé un accord de cession de la majorité de ses actifs à une filiale détenue à 100 % par Allegheny Technologies Incorporated (NYSE: ATI). La transaction qui sera finalisée le

3 mai 2004 est soumise à la réalisation de due diligence, à l'issue positive de négociations collectives menées avec l'USWA (United Steelworkers of America) tant à Allegheny qu'à J&L, à l'accord des créanciers de premier rang de Allegheny Technologies ainsi qu'aux autorités compétentes. J&L Specialty Steel est un acteur majeur dans le domaine des produits plats en acier inoxydable. La société est domiciliée à Coraopolis en Pennsylvanie, les usines se trouvant à Midland en Pennsylvanie et à Louisville dans l'Ohio. J&L est une filiale détenue à 100 % par Arcelor.

Luffahrt



Erste Luxair Boeing mit Winglets

Die neue Boeing 737-700 LX-LGQ erweitert seit kurzem die Luxair Flotte. Diese Maschine unterscheidet sich durch ihre speziellen Flügelspitzen, die „Winglets“, von den anderen Luxair Boeing. Die Winglets sind Verlängerungen, die an den Flügeln der Maschine angebracht sind. Sie verbessern die Leistung des Flugzeugs und verringern die Umweltbelastung. Darüber hinaus wird der Treibstoffverbrauch um etwa 4 % vermindert, das maximale Ladegewicht um 3 Tonnen erhöht und die Navigation der Maschine erleichtert, insbesondere die Lenkung bei Start und Landung.

LuXcommunications



On peut p. ex. écouter, via son adresse e-mail, les messages vocaux qu'on a reçu dans la messagerie vocale de son téléphone mobile, envoyer des MMS depuis Internet ou télécharger un message de bienvenue pour son mobile.

La partie facturation sera mise en place par Comverse qui détient 17 % de part de marché mondial dans ce domaine. La spécificité de ce système est que le client pourra passer facilement de la carte prépayée à l'abonnement tout en gardant sa carte Sim et son numéro de téléphone. La société SAP s'occupera des parties comptabilité, vente et gestion des paiements.

Dès que le réseau UMTS de Vox.mobile, mis en place par Siemens, sera prêt, les clients de Vox.mobile profiteront des premiers nouveaux services multimédia lancés en parallèle et ceci encore avant l'automne de cette année. Au lancement, la couverture UMTS nationale sera de 90 % de la population. Vox.mobile a l'intention de devenir l'opérateur UMTS de référence au Luxembourg. Toute la distribution de ses produits et services sera réalisée par la société Topline distributions, une filiale à 100 % de LuXcommunications SA et occupant 15 personnes. Dans un premier temps, elle sera présente avec 10 points de vente, sous enseigne «VOX Shop», à

LuXcommunications SA, détenteur d'une licence UMTS, commercialisera ses services sous VOX.mobile. Les produits et services de Vox.mobile seront innovants, pratiques et faciles à utiliser et offerts à des prix très intéressants, selon le concept «Simple & More!». Le lancement des services GSM de Vox.mobile est prévu pour la fin avril 2004.

Les clients de Vox.mobile utiliseront dans un premier temps les services GSM et la carte SIM avec le numéro de téléphone 061 suivi de 6 chiffres, propre à Vox mobile. Ils profiteront de produits et services innovants de Vox.mobile, offerts à des prix annoncés très intéressants.

Un des services innovants sera la partie «Messagerie», mise en place par la société finlandaise Tecnomex. Ici, on ne parle plus de simple messagerie vocale ou de fax, mais d'un service qui facilite la gestion des messages puisqu'il permet d'accéder à ses messages vocaux, à ses messages fax et à ses e-mails depuis multiples interfaces et terminaux.

SA commercialisera ses services sous **VOX.mobile**

des endroits stratégiques et proche du client.

La communication de Vox.mobile sera prise en main par l'agence Moskito productions, une société de production audiovisuelle et filiale appartenant à 100 % à LuXcommunications SA. L'équipe de Moskito

Productions, dirigée par André Hirt et composée de 4 personnes, s'occupera aussi bien de la communication média que hors média et offrira ses services à une clientèle de tout genre.

La partie technique sera couverte par une 3^e société appartenant

aussi à 100 % à LuXcommunications SA, à savoir Topline Systems, une société spécialisée dans les applications IT et de facturation. Elle offre également des services en matière d'applications mobiles et d'intégration de solutions télécom. Actuellement elle occupe 8 personnes. ■

Quality managment

Foralux obtient la **certification ISO 9001/2000**

Au cours de sa traditionnelle fête de fin d'année, la société Foralux – Forage & Sciage béton S.à r.l. de Kehlen a présenté officiellement son certificat qualité ISO 9001/2000 qui lui a été remis par l'organisme de certification TÜV CERT de la TÜV Anlagentechnik GmbH Rheinland Berlin Brandenburg.

La société Foralux est spécialisée dans le forage, le sciage et la destruction contrôlée du béton armé. Constituée en 1986, elle est aujourd'hui le leader incontesté de son secteur au Grand-Duché. Par l'obtention de ce certificat, la société

Foralux occupant 40 collaborateurs, voit sa politique de qualité récompensée.

L'organisation ISO (International Organization for Standardization) spécifie un ensemble d'exigences pour un système de gestion de la qualité permettant à une entreprise de démontrer sa capacité à fournir des services qui satisfont les demandes de la clientèle et respectent les normes applicables. Le système est documenté et entretenu avec l'objectif principal d'en améliorer en permanence son efficacité.

Le propriétaire de la firme Foralux, Jean-Pierre SABUS a souligné

que 3 500 interventions par an, ce n'est pas un hasard et que la remise du certificat ISO 9001/2000 marque une nouvelle étape dans l'évolution de l'entreprise. ■



Marché brassicole

Diekirch Premium innove en lançant la première bouteille «Long Neck»

Une nouvelle bouteille «élancée» remplace dorénavant l'ancienne bouteille Diekirch Premium 33cl non consignée. Avec cette bouteille, Diekirch compte renforcer davantage sa position auprès du public luxembourgeois en général et des jeunes en particulier. Selon le producteur, Diekirch Premium a sensiblement progressé en 2003 en enregistrant une croissance nette, aussi bien en volume qu'en indice de satisfaction des consommateurs. Le lancement de la nouvelle bouteille exprime la volonté de Diekirch de construire sur le marché local une marque forte orientée vers l'avenir. L'arrivée du nouveau produit sur le

marché sera soutenu par une campagne de communication.

La nouvelle bouteille sera distribuée sous forme d'un pack Diekirch Premium Long Neck 6 x 33 cl qui remplace dorénavant l'ancien pack et ses bouteilles trapues classiques non consignées. Sur le terrain, le lancement est relayé par des actions de promotion bien ciblées, en particulier par le «Long Neck Night Tour» qui prévoit une distribution événementielle de bouteilles Long Neck dans une sélection de cafés branchés du Luxembourg.

Enfin, pour répondre le plus rapidement possible aux attentes de ses clients, Diekirch vient de lancer éga-



lement un nouveau service clientèle. Le «Customer Service» est opérationnel depuis le 1^{er} février au tél.: 80 21 31 999, fax: 80 21 31 998 ou par e-mail: customer.service@mouseldiekirch.lu. ■

Sidérurgie

Arcelor:

Résultats annuels 2003 en progression

Pour son deuxième exercice, Arcelor fait état de résultats en progression significative (résultat brut opérationnel: 2,2 milliards d'euros; résultat net, part du groupe: 257 millions d'euros), malgré un environnement économique européen difficile. Cette performance s'est accompagnée d'une réduction de l'endettement financier net de 1,5 milliard d'euros, ce qui permet au Groupe d'atteindre ses objectifs de structure de bilan et lui ouvre de nouvelles perspectives de développement.

Ce bilan largement positif, qui marque l'achèvement de la phase d'intégration du leader mondial de la sidérurgie, repose sur:

- des synergies de 405 millions d'euros, en avance de plus de 100 millions par rapport aux engagements pris lors de la fusion;
- une politique de stabilité des marges, en dépit de la cyclicité de la consommation d'acier et de son effet négatif sur les productions et expéditions du Groupe;
- des investissements ou co-investissements dans des marchés en

croissance – Europe de l'Est, Turquie, Chine et Brésil;

- des résultats de sécurité en amélioration de 40 %.

La définition et la mise en œuvre progressive des orientations stratégiques dans les secteurs Aciers Plats au Carbone et Aciers Inoxydables ont entraîné des charges non récurrentes significatives (543 millions d'euros au niveau du résultat opérationnel, nets de plus- et moins-values de cession) dont il faut tenir compte pour apprécier la performance financière du Groupe en 2003. ■

La nouvelle édition de l'annuaire B-to-B Inter Région 2004 vient de sortir

Depuis début février, l'annuaire B-to-B Inter Région portant sur le Luxembourg et la Grande Région est disponible gratuitement auprès d'Editus. L'annuaire B-to-B recense plus de 15 000 entreprises.

Pour sa 12^e édition, l'annuaire Inter Région a changé de nom pour devenir l'Annuaire B-to-B Inter Région. Ce nouveau nom devra renforcer la fonction première de l'annuaire: répondre aux besoins d'information et de promotion du marché Business-to-Business.

Cette nouvelle édition se distingue par un nouveau look bleu et un nouveau logo évoquant les couleurs des 4 pays de la Grande Région. Pour la première fois, un CD-ROM de l'annuaire est encarté

dans la version papier. 35 000 exemplaires de l'annuaire seront diffusés au Luxembourg et dans la Grande Région.

L'annuaire B-to-B Inter Région propose un classement par secteur, par région, par marque et par ordre alphabétique. La section décideurs permet également d'avoir la carte d'identité détaillée d'une entreprise avec logo, dénomination, adresse complète et nom des décideurs, URL, n° de TVA, effectif, chiffre d'affaires, activité(s) ou informations complémentaires. Outre la version papier et CD-ROM, l'annuaire est également consultable sur Internet à l'adresse suivante: www.interregion.com. En 2003, le site a enregistré près de 116 000 visites et plus d'1 million de pages vues.



Editus est l'éditeur des annuaires professionnels, téléphoniques et Internet du Luxembourg et de l'annuaire B to B Inter Région.

Ville de Luxembourg

Carte de stationnement

pour véhicules d'entreprises

La Ville de Luxembourg informe nos lecteurs que dans le cadre de son concept «priorité à la mobilité» elle a introduit depuis le 19 janvier 2004 une carte de stationnement dans l'intérêt de certaines activités professionnelles.

Cette nouvelle carte de stationnement peut être délivrée pour les véhicules d'entreprise dans le cadre

de travaux de montage, de dépannage ou d'entretien auprès de clients. Lesdits véhicules utilisés à des fins professionnelles et munis de cette carte de stationnement pourront stationner sans restriction sur les emplacements en bordure de la chaussée du territoire de la Ville de Luxembourg, dans le temps strictement nécessaire à la prestation.

Le formulaire de demande pour l'obtention de la carte de stationnement est disponible sur le site Internet www.vdl.lu, au Bierger-Center ou au service de la circulation de la Ville.

La demande doit être accompagnée d'une copie de l'autorisation d'établissement délivrée par le ministère des classes moyennes.

6 mai 2004

Girls' Day – Prendre son avenir en main

Le Girls' Day, une initiative complémentaire à l'orientation professionnelle axée sur les filles, est en train de s'établir au Luxembourg. Le 6 mai 2004 aura lieu, pour la troisième fois au Luxembourg, cette journée spéciale qui veut rapprocher jeunes femmes et monde du travail. En leur permettant de vivre une journée pratique dans une entreprise, le Girls' Day aide les filles à faire connaissance avec un large spectre de professions et de métiers, ceci en vue de mieux préparer leur choix professionnel. Le Girls' Day met l'accent sur le secteur technique et technologique, y compris les nouvelles technologies informatiques et de communication,

branches où la sous-représentation de femmes persiste. Le Girls' Day permet alors aux entreprises de prendre contact avec une future ressource humaine.

L'initiative est coordonnée par l'asbl Cid-femmes (Centre d'information et de documentation des femmes) et le Service à l'Egalité des Chances de la Ville d'Esch-sur-Alzette (le dernier s'occupe de la région Esch), promue par les Ministères de la Promotion Féminine, Education Nationale et Travail et soutenue par des partenaires dans les écoles et les entreprises. En 2003, 200 filles de 13 à 20 ans ont profité de l'offre de 48 entreprises.

Vous êtes intéressé à participer au Girls' Day? Vous souhaitez rece-

voir plus d'informations pratiques? Votre entreprise pourra accueillir quelques jeunes filles? Alors renvoyez-nous le coupon-réponse et nous tâchons à vous répondre le plus vite possible.



Pour tout renseignement: Mme Christa Broemmel, Cid-femmes, 14, rue Beck, L-1661 Luxembourg, fax: 24 10 95-95 ou Mme Nicole Jemming, Service à l'Egalité des Chances, B.P. 145, L-4002 Esch-sur-Alzette, fax: 54 73 83-690, site: www.girls-day.lu

Centre d'entreprise et d'innovation Ecostart

Raval Europe inaugure une unité de production à Foetz

Suite à l'accroissement de ses activités en Europe, Raval ACS Ltd a décidé la création d'une filiale européenne, Raval Europe S.A., basée au Centre d'entreprise et d'innovation Ecostart, dans la zone industrielle nationale à Foetz. Dans une première phase, des investissements de 5,5 millions d'euros ont été engagés. L'emploi sera porté progressivement à 60 personnes. D'ores et déjà, l'entreprise occupe 33 collaborateurs. Raval Europe s'est félicité du concours

actif du Gouvernement luxembourgeois et de la disponibilité de l'infrastructure Ecostart, qui ont été déterminants lors du choix du site d'implantation.

Raval ACS Ltd, Israël, a été fondée au cours de l'année 2000. Raval est un équipementier automobile spécialisé dans la réalisation de systèmes de ventilation installés sur les réservoirs d'essence de voitures automobiles. La société entreprend le développement, la fabrication et la commercialisation de solutions

novatrices en conformité avec les règlements les plus contraignants en matière de régulation des vapeurs d'essence. Ces solutions, entièrement développées par Raval, comptent parmi les technologies les plus avancées disponibles sur le marché.

Raval Europe assure les activités de production, de logistique, de coordination et de support technique des ventes. Parmi les premiers clients de Raval figure notamment le groupe Volkswagen.

4 nouveaux portails thématiques pour l'emploi

Monster.lu, le premier site luxembourgeois de recrutement, vient de lancer 4 portails thématiques spécialement liés à la finance, à l'informatique, à l'interim et aux bureaux de recrutement.

Bien que le site reste un portail généraliste pour l'emploi, la société Monster.lu pense offrir une véritable valeur ajoutée aux candidats et aux employeurs en leur offrant un espace thématique lié à leur secteur d'activité.

Cette innovation devra en effet permettre aux entreprises de s'adresser efficacement à une cible

pointue de chercheurs d'emploi et aux candidats de trouver plus rapidement les informations qui les intéressent. Ceci vaut aussi bien pour les offres d'emploi, pour lesquelles une présélection automatique est faite selon la «zone» choisie, que pour les informations et actualités. Ainsi, chaque zone comporte par exemple des informations spécifiques sur le secteur en question et les entreprises peuvent y annoncer gratuitement leurs actualités afin d'intéresser les candidats potentiels sur une base régulière et informative (les communiqués sont à envoyer à zone@monster.lu).



Les portails thématiques sont accessibles via Monster.lu ou en utilisant directement l'url respective: finance.monster.lu, it.monster.lu, interim.monster.lu et recrutement.monster.lu.

Caves Bernard Massard

Nomination «Royal Warrant» pour les champagnes Pol Roger

La Maison Pol Roger est particulièrement heureuse et fière d'annoncer que Sa Majesté la Reine Elizabeth II vient de lui accorder depuis le 1^{er} janvier 2004 le «Royal Warrant» (Fournisseur de la Cour) pour ses Champagnes.

Cette distinction permet à la Maison Pol Roger de faire figurer, selon des règles strictement définies, les armes royales et les inscriptions qui les accompagnent sur ses habillages. La tradition de l'agrément royal remonte aux tous premiers temps de



la monarchie britannique. Pour y prétendre, les fournisseurs candidats doivent livrer à un membre qualifié de la Famille Royale, ou à sa Maison, produits et services en quantité signi-

ficative sur une période d'au moins cinq ans. L'agrément royal a toujours été considéré comme un symbole d'excellence et de qualité qui honore ceux à qui il a été accordé.

Pol Roger & C^o, dont la maison mère est située à Epernay, a été fondée en 1849 et demeure une des rares maisons champenoises sous propriété et gestion familiale. Les Champagnes Pol Roger sont distribués exclusivement au Grand-Duché de Luxembourg par les Caves Bernard-Massard.

Bourse d'entreprises

Vous désirez publier une annonce? Inscrivez-vous sur le site www.cc.lu/bourse.btm, en remplissant le formulaire d'offre de cession ou de demande de reprise. De même, si vous voulez obtenir des informations sur une annonce, inscrivez-vous sur notre site. Confidentialité assurée.

Groupe 1 – A céder:

Réf: C129

Vends pour cause de retraite magasin d'appareils électro-ménagers et articles apparentés, situé au centre du pays. Prix correspondant à la valeur de l'inventaire. Prise de participation partielle possible dans un premier temps.

Réf: C131

Vends fonds de commerce Auberge-Café-Restaurant 13 chambres, affaire familiale à Luxembourg, quartier Place de Paris.

Réf: C148

Vends Hôtel-Restaurant aux alentours de Luxembourg-Ville (± 20 km); situation exceptionnelle, parking, jardin, terrasse. Location également envisageable.

Réf: C180

Vends fonds de commerce restaurant/brasserie gastronomique, avec terrasse, dans cadre médiéval touristique.

Réf: C221

Vends commerce de meubles; très bonne situation; garantie des exclusivités et accords; retrait progressif si souhaité

Réf: C227

Vends fonds de commerce d'un hôtel, restaurant, taverne dans les Ardennes; terrasse.

Réf: C239

Vends entreprise de vente, installation et maintenance de machines d'embouteillage et emballage. Accords de distribution exclusifs dans l'industrie.

Réf: C252

Vends entreprise d'aliments pour animaux, ainsi que tous les équipements.

Réf: C256

Vends société importatrice de vins et spiritueux. Produits exclusifs.

Réf: C259

Vends fonds de commerce d'un restaurant-pizzeria dans le nord du pays; 70 couverts; appartement privé; location de 7 chambres.

Réf: C260

Vends centre polyvalent de wellness & beauty complètement équipé; 20 parkings privés; à 10 minutes de Luxembourg-Ville; vente des murs ou location possibles.

Réf: C264

Vends cause retraite: Commerce de luxe literie/linge de maison; proximité Luxembourg-Ville.

Réf: C265

Vends fonds de commerce d'un garage avec salle d'exposition et atelier de réparations.

Réf: C266

Vends hôtel-restaurant +/- 3500 m²; 42 chambres; appartement; garage-parking; vente avec murs; administration avec magasin +/- 500 m².

Réf: C267

Vends institut de beauté sur 260 m²; agencement neuf. Très bonne clientèle. Reprise de la franchise incluse.

Réf: C268

Vends magasin de vêtements au centre-ville de Luxembourg.

Réf: C269

Vends Restaurant au Centre-Ville, installations et équipements nouveaux, excellente situation, parking à proximité.

Réf: C270

Vends société d'Import/Export, grossiste et détaillant d'épicerie fine et de luxe ainsi que cadeaux, art et vins

Réf: C273

Vends société de décoration saisonnière et organisation d'événements

Réf: C274

Vends société de développement et de commercialisation de logiciel de gestion d'entreprise

Réf: C275

Vends commerce pour vêtements enfants dans zone piétonne

Réf: C276

Vends commerce d'articles de cadeau et décoration d'intérieur, articles pour bonbonnières et confiseries

Réf: C277

Vends restaurant italien dans vieille ville, terrasse, 90 couverts

Réf: C278

Vends objet dans hôtellerie restauration; 2 restaurants, 39 chambres, centre du pays, près d'un échangeur principal

Réf: C279

Vends société de fabrication et de vente de produit alimentaire, quatre emplacements au Luxembourg

Réf: C281

Vends magasin de textiles, de mercerie et de bonneterie

Réf: C283

Vends magasin de meubles, fond de commerce ou fond de commerce avec dépôt

Réf: C284

Vends fonds de commerce brasserie-restaurant avec terrasse et cave disco dans vieille-ville

Réf: C286

Vends Pizzeria-Restaurant au sud du pays, excellente réputation, maison de tradition. 110+terrasse 180 cvrts. Bon rendement. Long bail à conditions avantageuses.

Réf: C287

Vends fonds de commerce avec emplacement exceptionnel à l'entrée de Luxembourg-Ville, d'un magasin de meubles exotiques et décoration intérieure, 400 places de parking, partenariat ou reprise possible.

Réf: C288

Vends commerce (parts+stock) spécialisée dans le vêtement haut de gamme. Bon emplacement dans le Centre-ville.

Réf: C289

Vends groupe de sociétés dans le secteur IT (bâtiment >1000 m²)

Réf: C290

Vends Auberge-Restaurant en plein milieu de campagne, +/- 60 couverts. Etat excellent, bonne clientèle existante.

Réf: C291

Vends Hôtel-Restaurant situé au Nord, contenant 11 chambres équipées, grande salle (70 couverts), bar, parking et sauna

Réf: C292

Vends fonds de commerce Brasserie Restaurant, parking, proche d'un Centre Commercial.

Réf: C293

Vends magasin de vélos spécialisé haut de gamme, marque exclusive très forte notoriété au Luxembourg, en France et en Belgique. Bon emplacement.

Réf: C294

Vends Centre de Beauté + Franchise, 7 Cabines. Bon emplacement au sud du pays.

Groupe 2 - Cherche à reprendre:

Réf: R157

Société d'expertise comptable cherche à reprendre fiduciaire

Réf: R171

Cherche à reprendre fiduciaire, clientèle d'un bureau comptable, partenariat, sous traitance.

Réf: R181

Société de transports luxembourgeoise, filiale d'un groupe français, recherche entreprise de taille moyenne spécialisée dans le transport routier de marchandises et (ou) dans des activités logistiques.

Réf: R182

Cherche à reprendre café-sandwicherie à Luxembourg-Ville ou alentours.

Réf: R185

Société belge recherche bureau d'étude (architecture, expertise, topographie, coordination sécurité) pour étendre son activité au Luxembourg.

Réf: R188

Cherche à reprendre magasin de vêtements d'enfants.

Réf: R193

Entrepreneur indépendant cherche à reprendre petite entreprise dans le domaine de conseil entreprises, service informatique, traductions.

Réf: R196

Cherche à reprendre petite société industrielle de fabrication ou de transformation. Participation également possible.

Réf: R198

Cherche à reprendre société de production ou de distribution alimentaire.

Réf: R201

Recherche commerce d'équipements industriels

Réf: R202

Cherche à reprendre entreprise du secteur tertiaire, commerce ou société immobilière

Réf: R203

Société luxembourgeoise de distribution et de représentations cherche à reprendre des représentations dans les domaines produits/fournitures industrielles – produits/fournitures pour collectivités – biens de consommation et autres. Ouvert à toute proposition de reprise totale ou partielle

Réf: R204

Cherche à reprendre ou m'associer avec Garage automobile, poids-lourds; Carrossier industriel; Location d'utilitaires, poids lourds

W e l c o m e

La Chambre de Commerce vous souhaite la bienvenue



La Chambre de Commerce vient d'ouvrir les portes de son nouveau siège. La transparence de cette infrastructure moderne, toute d'acier et de verre, symbolise l'esprit d'ouverture et d'accueil que la Chambre de Commerce accorde à ses 35.000 entreprises ressortissantes. L'Espace Entreprises, nouvellement créé, vous attend pour vous conseiller et vous assister dans votre quête de réussite. **Nouvelle adresse:** 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg Kirchberg, Adresse postale: L-2981 Luxembourg, tél.: +352 42 39 39-1, fax: +352 43 83 26, e-mail: chamcom@cc.lu, site: www.cc.lu

Votre partenaire pour la réussite



Liquidations

VENTES SOUS FORME DE LIQUIDATION

La présente liste contient une énumération des ventes sous forme de liquidation telles qu'elles ont été autorisées par le Ministère des Classes moyennes sur la base de l'article 7 de la loi du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil sur la publicité trompeuse et sur la publicité comparative.

Ces données ne sont communiquées qu'à titre d'information, l'autorisation officielle délivrée par le Ministère des Classes moyennes prévalant en cas de divergence.

Par ailleurs, les dates indiquées renseignent sur la période de liquidation autorisée; les commerçants visés sont toutefois libres de fixer la période de liquidation effective, en débutant par exemple la liquidation à une date postérieure à celle indiquée et en terminant à une date antérieure. Situation au 15/02/2004.

ARMENI S.A.

72, rue de l'Alzette
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE
c95108/2003
25/10/2003 - 24/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de confection et d'accessoires, articles de bonneterie et articles de chemiserie

BASTIAN Georges

42, Grand-Rue
L-1660 LUXEMBOURG
c9594/2003
11/10/2003 - 10/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'habillement

BELLE MODE S.A.

15, avenue de la Libération
L-3850 SCHIFFLANGE
c95103/2003
13/11/2003 - 12/05/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles textiles et bijoux de fantaisie

CARINA BIS S.à r.l.

20, rue de la Libération
L-4210 ESCH-SUR-ALZETTE
c95101/2003A
10/10/2003 - 09/04/2004

cas exceptionnel dûment justifié articles d'habillement et de bijoux de fantaisie

CARINA BIS S.à r.l.

20, rue de la Libération
L-4210 ESCH-SUR-ALZETTE
c95101/2003
10/10/2003 - 09/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'habillement et de bijoux de fantaisie

CRESCENDO S.à r.l.

37, avenue de la Gare
L-4130 ESCH-SUR-ALZETTE
c9593/2003
13/09/2003 - 12/03/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'habillement

DOUBLE C S.à r.l.

56, Grand-Rue
L-1660 LUXEMBOURG
c95110/2003
04/02/2004 - 03/08/2004
cessation complète de l'activité commerciale articles textiles, vêtements et accessoires de mode y assortis, bijoux de fantaisie, produits d'hygiène et de santé

ESPACE J S.à r.l.

5, Grand-Rue
L-9530 WILTZ
c95125/2004
31/01/2004 - 30/07/2004

cas exceptionnel dûment justifié articles textiles et vêtements

ETABLISSEMENT LORANG FRERES S.à r.l.

3, Grand-Rue
L-9240 DIEKIRCH
c9596/2003
31/10/2003 - 29/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'électro-installateur, d'installateur-sanitaire, articles de quincaillerie, articles de souvenir et articles de camping

FOCH S.à r.l.

1, rue André Duscher
L-6434 ECHTERNACH
c95106/2003
01/12/2003 - 31/05/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de maroquinerie, de chemiserie, de chaussures, de confection et accessoires

HENGEL Anita

160, route d'Esch
L-1471 Luxembourg
c95121/2003
08/12/2003 - 07/06/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de pêche

HOFFMANN-THILL MARISCA S.à r.l.

Centre Marisca
L-7560 MERSCH
c9595/2003
10/10/2003 - 09/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'habillement et d'accessoires, articles de lingerie et articles de mercerie-bonneterie

LADY MODES S.à r.l.

56, Grand-Rue
L-1660 LUXEMBOURG
c9599/2003
27/09/2003 - 26/03/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles textiles et vêtements

LEYERS CAMILLE

18, rue de Dudelange
L-3630 KAYL

c9586/2003

15/09/2003 - 14/03/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de confection, de mercerie et de bonneterie

LINGERIE MOES CONCORDE S.à r.l.

Centre Commercial Concorde
L-8060 BERTRANGE
c95100/2003
04/10/2003 - 03/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de lingerie et d'accessoires

MAISON ANNY MULLER S.à r.l.

5, place J. Besch
L-9211 DIEKIRCH
c9592/2003
01/10/2003 - 31/03/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de confection, articles de lingerie et articles de mercerie-bonneterie

MARCHAL Annie

12, rue de l'Alzette
ESCH-SUR-ALZETTE
c95123/2004
27/01/2004 - 26/07/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de bijouterie-horlogerie-orfèvrerie

MARLBORO CLASSICS

26, rue de la Libération
L-4210 ESCH-SUR-ALZETTE
c95113/2003
08/11/2003 - 07/05/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles textiles et vêtements

MAROQUINERIE SAMDAM CONCORDE S.à r.l.

80, route de Longwy
L-8060 BERTRANGE
c95122/2003
17/01/2004 - 16/07/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de maroquinerie, articles de ganterie, de parapluies, de foulards, de cravates, de stylos et accessoires, de garnitures de bureau

MEUBLES HOFFMANN

35-37, rue Victor Hugo
L-4140 ESCH-SUR-ALZETTE
c95115/2003
25/11/2003 - 24/05/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'ameublement

PIVO S.A.

93, rue Krunn
L-6453 ECHTERNACH
c95109/2003
25/10/2003 - 24/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale produits alimentaires et articles de ménage, articles de quincaillerie

PRO-SHOP GOLF CLUB

1, route de Trèves
L-2633 SENNINGERBERG
c95102/2003
15/10/2003 - 14/04/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de golf

SCHWICKERATH Gilbert

10, rue Dicks-Lentz
L-4540 DIFFERDANGE
c95116/2003
28/11/2003 - 27/05/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'horlogerie, de bijouterie, de fausse-bijouterie et d'orfèvrerie

THILL MARYLINE

41, Dikrecherstrooss
L-8550 NOERDANGE
c95114/2003
17/11/2003 - 16/05/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de la branche esthétique

TIFFANY S.à r.l.

Centre Commercial Auchan
L-2721 LUXEMBOURG
c95124/2004
04/02/2004 - 03/08/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles de confection et d'accessoires de mode pour dames

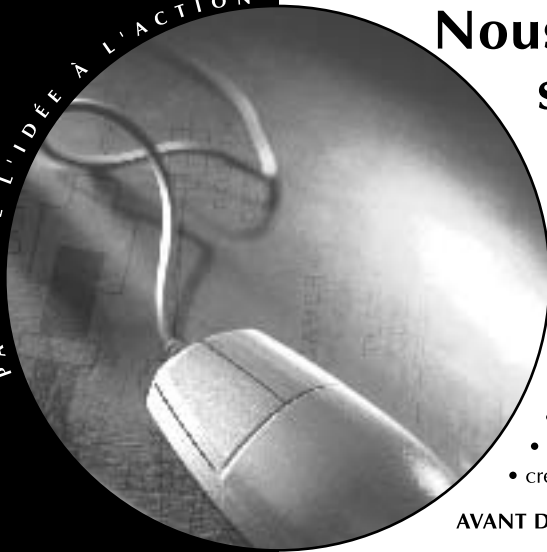
TOP FANCY S.à r.l.

113, Grand-Rue
L-9051 ETTLEBRUCK
c95118/2004
13/01/2004 - 12/07/2004

cessation complète de l'activité commerciale articles d'habillement en textile, articles de lingerie et articles de mercerie-bonneterie

PASSEZ DE L'IDÉE À L'ACTION

Vous avez des idées pour innover Nous avons des idées pour soutenir vos projets



L'innovation, la recherche et le transfert de technologies constituent de formidables moteurs de développement pour votre entreprise. LUXINNOVATION, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, vous aide gratuitement à :

- bénéficier d'aides financières nationales ou européennes
- disposer d'informations récentes dans le domaine des nouvelles technologies
- créer ou améliorer un produit, procédé, service
- monter un projet d'innovation ou de transfert de technologies
- trouver un partenaire scientifique ou industriel à l'étranger
- créer une entreprise à fort potentiel technologique

AVANT DE PASSER À L'ACTION, PARLEZ-EN A NOS CONSEILLERS

LUXINNOVATION G.I.E. - 7, Rue Alcide de Gasperi
L-1615 Luxembourg-Kirchberg - Tél: +352 43 62 63-1
Fax: +352 43 81 20 - E-mail: luxinnovation@luxinnovation.lu



Luxinnovation est une initiative commune réunissant: Ministère de l'Economie . Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche . FEDIL . Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg . Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg

**www.
innovation.
public.
lu**

Le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche

Restez au fait de l'actualité innovation et recherche avec :

- le Guide des aides
- le Marché des technologies
- le Répertoire des compétences technologiques

et aussi : les Appels, l'Agenda de l'innovation,
les Success stories, les Liens, ... !

Mise à jour quotidienne & accès gratuit



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



Actions innovatrices du FEDER

<http://www.innovation-public.lu>





Les packages Global Pro la solution N°1 pour les professionnels.

Depuis plus d'un an, les packages Global Pro rencontrent les intérêts de milliers de professionnels exigeants. Rémunération au jour le jour du compte courant, tarification transparente et économique pour les opérations de transfert, accès privilégié à un conseil spécialisé, assurance 'décès accident' et 'invalidité permanente totale et partielle', carte(s) American Express Gold/Business gratuite(s), conditions préférentielles sur d'autres produits et services.

Profitez vous aussi des avantages de la solution N°1 pour les professionnels et contactez nos conseillers au 4242-4040. Ils vous guideront selon votre profil et vos besoins. www.globalpro.lu

BGL. PARTENAIRE D'UN MONDE PLUS OUVERT.



BANQUE GÉNÉRALE
DU LUXEMBOURG

