

## Le label d'origine Made in Luxembourg

### Editorial

**Faire de l'économie luxembourgeoise une véritable «économie de la connaissance»**

### International



**Le président de la République portugaise à la Chambre de Commerce**

### Législation et avis

**Commerce électronique: Pratiques commerciales et conditions générales**



# 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](http://www.zebra.lu).



**SPUERKEESS**  
[www.bcee.lu](http://www.bcee.lu)

En parfait partenaire.



## Faire de l'économie luxembourgeoise une véritable «**économie de la connaissance**»

*Avec la «stratégie de Lisbonne» adoptée en mars 2000, l'Union européenne s'est fixée pour objectif de devenir «l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde». Le défi pour l'Union européenne est de taille et les objectifs pour l'heure sont encore loin d'être atteints. L'une des priorités de la nouvelle Commission européenne sera justement de relancer la stratégie de Lisbonne.*

*Transformer l'économie européenne en économie de la connaissance ne dépend pas uniquement des décisions prises au niveau européen. C'est au sein de chacune des vingt-cinq économies nationales que des efforts significatifs doivent être menés. C'est aux décideurs nationaux et locaux de mettre en œuvre la stratégie de Lisbonne afin de permettre la transformation de l'ensemble de l'économie européenne en une «économie de la connaissance» forte et compétitive.*

*Les thèmes de réflexion et d'intervention sont nombreux: recherche et développement, innovation, gains de productivité, transfert de technologie, formation initiale et formation continue, diffusion des TICs, gestion des connaissances constituent autant de domaines dans lesquels le Luxembourg doit se positionner afin de renforcer la compétitivité de son économie.*

*Parmi tous ces sujets, le plus épineux au Luxembourg reste sans doute celui de la mise en œuvre d'une politique ambitieuse en matière de recherche.*

*La recherche (recherche & développement et recherche scientifique) est au centre de la stratégie de Lisbonne par sa capacité à générer des connaissances nouvelles qui viendront alimenter l'«économie de la connaissance». A l'heure actuelle, les recherches menées par le secteur privé (R&D) représentent environ 90 % du total des efforts de recherche au niveau national. Ce pourcentage est l'un des plus élevés de l'Union européenne.*

*Le soutien aux efforts de R&D consenti par le secteur privé doit naturellement se traduire par un soutien financier de la part des pouvoirs publics (régimes d'aides, allègements fiscaux ...). Le fait que le nouveau gouvernement prévoit dans son programme de coalition d'ouvrir le Fonds National de la Recherche aux entreprises est également très encourageant.*

*Mais le soutien financier n'est pas suffisant. Ce dont l'économie luxembourgeoise a besoin, c'est d'abord d'un environnement favorable aux activités de recherche. Cet environnement favorable passe naturellement par une meilleure structuration de la recherche autour de la nouvelle Université du Luxembourg. Malheureusement, la nouvelle Université peine à devenir l'élément fédérateur de la recherche luxembourgeoise. Au contraire, la*

*multiplication des structures de recherche, la dispersion des énergies entre laboratoires concurrents, l'absence de masse critique pénalisent notre économie qui a pourtant besoin d'une recherche publique structurée, organisée avec rationalité autour d'un nombre limité de pôles de compétences.*

*En matière de recherche publique, comme en matière de R&D dans le secteur privé, les efforts financiers que le gouvernement prévoit de consacrer au cours de la nouvelle législature ne suffiront pas, à eux seuls, à faire entrer l'économie luxembourgeoise dans l'ère de la connaissance. Le fait de consacrer 1 % du PIB à la recherche dans le secteur public ne doit pas constituer un objectif en soi. Il serait préférable, dans un premier temps, de réfléchir, en concertation avec les partenaires privés, aux grandes orientations de la recherche publique luxembourgeoise (audit indépendant des compétences nationales, rationalisation des structures, détermination d'un nombre limité de pôles de compétences...).*

*Parallèlement, le Luxembourg ne pourra réaliser de progrès dans le domaine de la recherche sans que tous les acteurs impliqués dans ce dossier au niveau national ne prennent conscience de l'importance pour les chercheurs luxembourgeois de devenir des membres effectifs de la Communauté scientifique internationale.*

*Le Luxembourg ne sera un havre de recherche que si notre pays parvient à devenir un lieu de rencontre entre chercheurs. Or, ceci restera extrêmement difficile aussi longtemps que notre pays continuera à multiplier les obstacles à l'attribution de titres de travail et de séjours pour les chercheurs étrangers (en provenance aussi bien des nouveaux Etats membres de l'UE que des pays tiers à l'UE).*

*Pour s'épanouir, la recherche luxembourgeoise a besoin de faire preuve, à l'instar du reste de notre économie, du maximum d'ouverture sur l'étranger. Notre pays doit augmenter le nombre des échanges de chercheurs avec des instituts étrangers, approfondir les coopérations scientifiques transfrontalières avec des universités de la Grande Région, favoriser la dissémination des connaissances développées au Luxembourg dans des revues scientifiques internationalement reconnues et surtout accueillir un grand nombre d'étudiants étrangers dans le cadre des formations de 3<sup>e</sup> cycle universitaire.*

*C'est à travers une grande ouverture internationale que le secteur de la recherche publique luxembourgeoise parviendra à atteindre la masse critique nécessaire pour jouer un rôle efficace dans le fonctionnement de l'«économie de la connaissance».*

# Sommaire

Les articles publiés et signés n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs et ne reflètent pas forcément l'opinion de la Chambre de Commerce, qui ne peut donner aucune garantie expresse ou implicite sur l'exactitude, l'exhaustivité, la véracité, l'actualité, la pertinence ou la fiabilité des informations figurant dans le Merkur.



**Le label d'origine  
«Made in Luxembourg»**

**page 6**

## N° 8 - 2004

### Editeur:

Chambre de Commerce  
du Grand-Duché de Luxembourg  
7, rue Alcide de Gasperi  
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: 32 300 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](mailto:regie@ic.lu)

### Conception graphique:

Millenium - Bertrange

### Crédit photographique:

MEV, Agence Blitz

## Edito

- Faire de l'économie luxembourgeoise une véritable «économie de la connaissance»  
**page 3**

## Dossier



## International

- Calendrier
- Grand succès pour la journée de promotion du Grand-Duché à Washington D.C.  
**page 14**
- Le président de la République portugaise en visite à la Chambre de Commerce  
**page 16**
- Messen und Ausstellungen im November 2004
- Asian Development Bank: Business Opportunities Seminar
- Journée des Exposants Luxembourgeois au salon «INITIATIVES 2004»  
**page 18**
- Journée sur les Etats baltes  
**page 20**
- Journée tchèque: rencontre des entreprises tchèques à la Chambre de Commerce!  
**page 21**
- The Czech Republic: an attractive market within the EU  
**page 24**
- RUSSIA – New Horizons for European Business  
**page 26**

- Luxembourg promotion week in Kuwait, Qatar and United Arabs Emirates (U.A.E.)
- Luxembourg Pavilion at the Big 5  
**page 28**
- Visite accompagnée au Salon international de l'emballage à Paris  
**page 29**
- Première édition du salon «Tools & Technics Expo» à Marche-en-Famenne
- Air & Waste Treatment China 2005 trade fair  
**page 30**
- Journées d'opportunités d'affaires: Calendrier 2004
- Bepolux: Belgium-Luxembourg-Polish Chamber of Commerce  
**page 31**
- Signature d'un accord de coopération entre le CESE et Eurochambres  
**page 33**
- Construire en toute sécurité: Symposium et remise de récompenses  
**page 34**
- Séminaire: Optimiser la visibilité de votre site web ou utiliser les dernières technologies?  
**page 36**
- PIASTE – Projet Interrégional d'Amélioration à la Sécurité au Travail dans les Entreprises  
**page 37**
- Le projet PIASTE chez nos voisins  
**page 39**
- Directives et règlements publiés du 10 août – 15 septembre 2004  
**page 41**
- L'élargissement en bref  
**page 42**
- Aux Pays-Bas les pièces de 1 et 2 cents disparaissent des paiements quotidiens
- Nouveau portail Internet pour mieux informer les citoyens de l'UE  
**page 43**
- Vers une protection plus large des marques  
**page 44**
- Première édition du Salon des Bonnes Pratiques  
**page 45**

- Adhésion des dix nouveaux Etats membres: Conséquences en matière de TVA  
**page 46**

## Formation

- Un intranet formation, pour faire quoi?



**page 50**

- Institut de formation de la chambre de commerce  
**page 53**

## Innovation

- K 2004: Salon international des matières plastiques et du caoutchouc
- Systèmes énergétiques durables: 190 millions EUR pour un nouvel appel à propositions

**page 58**

- Recherche avancée: une rubrique relookée sur [www.innovation.public.lu](http://www.innovation.public.lu)

**page 59**

## Economie

- La plupart des entreprises prévoient une stabilité de leurs effectifs

**page 60**

- Enquête Eurochambres 2005  
**page 62**

- Adaptation des salaires et traitements (+ 2,5 %) au 1<sup>er</sup> octobre 2004

- Les chiffres clés du tourisme luxembourgeois

**page 63**

- Repères 2004: Un guide à garder sous la main
- Le Luxembourg en chiffres 2004

**page 65**

- Le tourisme hôtelier résiste bien à l'atonie économique

**page 66**

## Législation et avis

- Commerce électronique – Pratiques commerciales – Conditions générales

**page 68**

- Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce
- Paramètres sociaux

**page 72**

- Barème des Indemnités d'Apprentissage mensuelles minima applicable à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2004, indice 636,26

**page 74**

## Commerce

- Le secteur sports et loisirs



**page 76**

## Fédérations / UEL

- Campagne nationale «Prévention des accidents de trajet et de mission»

**page 80**

- Conférence de lancement le 10 novembre 2004: Programme préliminaire

**page 81**

- Signature d'une charte commune entre partenaires sociaux pour promouvoir l'égalité des chances et l'accès à l'emploi des personnes handicapées

- Première évaluation des incidences subies lors du black-out du 2 septembre 2004

**page 82**

- FFCEL: Une nouvelle a.s.b.l. pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin

- Guichet Unique PME: conseils individualisés et proximité

**page 84**

- L'Environnement et le Protocole de Kyoto

**page 86**

## Actualités Entreprises

- Nouvelle structure et nouvelle identité visuelle pour l'Imprimerie Faber

- Le Luxembourg American Business Award 2004 remis à Guardian Industries

**page 92**

- En bref

- Telindus fête ses 25 ans de présence au Luxembourg

**page 93**

- Transport ferroviaire: Probotec s'installe à Luxembourg

**page 94**

- Immobilier d'entreprise: Lancement du site immobilier atOffice.lu

**page 95**

- La BGL augmente son produit net bancaire de 12,7 %

**page 96**

- Sidérurgie: Arcelor réduit sa participation dans le groupe Gonvarri

- Sales-Lentz: Traumreisen zu Traumreisen mit easybycoach-TRAVEL

**page 97**

- L'agence Gare de la BGL fête ses 75 ans

- Réouverture de la Maison de Villeroy & Boch

**page 98**

- paperJam's restaurants awards: 7 restaurants primés dans 10 catégories

- La place financière accueille deux nouvelles banques

**page 100**

- Your Concept Car – un concept Volvo créé par des femmes

**page 101**

## Bourse d'entreprises

**page 102**

## Liquidations

**page 106**

# Le label « **Made**





# d'origine in Luxembourg »



**S**ur l'initiative du Ministère des Affaires Etrangères, de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers a été créé, en 1984, le label «Made in Luxembourg». Ce sigle sert à identifier les produits et services luxembourgeois en soulignant leur caractéristique commune qui est l'origine luxembourgeoise.

**L**es marchandises font souvent de longs voyages. Lors de la fabrication personne ne sait à quel endroit le produit fini va finalement atterrir. D'où l'importance de marquer les produits pour faire connaître le pays d'origine dans le monde entier.

Sur l'initiative du Ministère des Affaires Etrangères, de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers a été créé, en 1984, le label «Made in Luxembourg». Ce sigle sert à identifier par un signe distinctif uniforme les produits et services luxembourgeois et tient ainsi à souligner leur caractéristique commune qui est l'origine luxembourgeoise. Il permet, d'une part, de mieux faire connaître les produits luxembourgeois de qualité à l'étranger et, d'autre part, d'informer le consommateur sur les produits indigènes. Garantie pour

les producteurs de biens et de services, et notamment pour les petites et moyennes entreprises, ce label est également une sécurité pour le client qui, satisfait d'un produit ou d'un service, se tournera vers d'autres biens ou services portant le même label.

La Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers ont enregistré ce signe distinctif en tant que marque collective au registre Benelux des marques. Le label se compose d'une couronne stylisée, utilisée conjointement avec l'indication «Made in Luxembourg» pour les produits ou «Luxembourg» pour les services. Le dessin de la marque est normalement en couleur noire sur fond blanc. Un règlement déterminant les conditions d'octroi et les critères à remplir par l'entreprise luxembourgeoise a été déposé conjointement.



Citons au préalable quelques autres labels qui existent au Grand-Duché et qui témoignent de l'origine luxembourgeoise et de la qualité. Il faut d'abord mentionner la «Marque Nationale» qui représente un sigle reconnu officiellement, garantissant l'origine luxembourgeoise et la qualité élevée permanente de certains produits alimentaires. Ces articles – il s'agit du beurre, du vin, du vin mousseux, du miel, des alcools blancs, de la viande de porc et des produits fumés, ainsi que du Crémant de Luxembourg – doivent se soumettre à de rigoureux contrôles exécutés par la Commission de la Marque Nationale. Bien connue auprès du grand public, la Marque Nationale – après tout, le premier produit de la gamme fut introduit en 1932 – s'est établie comme label de garantie.

Afin de mieux répondre à l'attente des consommateurs, d'autres labels sont apparus au fil des années, tels que le «Produit du Terroir – Lëtzebuurger Rëndfleisch, – Lëtzebuurger Wees, Miel a Brout – Lëtzebuurger Gromperen» de la Chambre d'Agriculture, qui garantit l'origine luxembourgeoise de ces produits, le label «HAFF» pour les viandes de veau, d'agneau, de porc et de volailles, mis en place par une association d'agriculteurs, dans le but de valoriser des produits de la ferme en respectant des conditions de production très strictes du point de vue de l'environnement.

Les labels «Véi vum Séi», «Téi vum Séi» et «Bléi vum Séi», strictement réservés aux agriculteurs du Parc Naturel de la Haute-Sûre, et les produits de l'agriculture biologique, commercialisés sous les labels «Demeter», «Bio» et «Bio-label» complètent cette gamme de produits de qualité.

Dans le cadre du vingtième anniversaire du label d'origine «Made in Luxembourg» la Chambre de Commerce a jugé opportun de faire une enquête sur l'usage et l'utilité du label parmi ses entreprises membres. En guise d'introduction la Chambre de Commerce a rencontré Monsieur Paul Helming, bourgmestre de la ville de Luxembourg, qui a assisté en 1984 à la création du label dans sa fonction de secrétaire d'Etat au Commerce Extérieur.



**MERKUR: Comment est née l'idée de créer un label d'origine «Made in Luxembourg»? Quelles étaient les attentes?**

**Paul HELMING:** A cette époque, le Grand-Duché s'associait toujours à d'autres pays pour organiser ses missions économiques. En même temps ont été nommés les premiers conseillers du commerce extérieur et a été créé le «Board of Economic Development» (B.E.D). Il s'agissait donc de développer un instrument nouveau pour rendre plus présente dans les esprits l'image de marque de l'économie luxembourgeoise et de donner une identification propre au Grand-Duché. Il fallait promouvoir davantage le Grand-

Duché à l'extérieur en tant que pays producteur. L'idée était donc de fournir aux entreprises luxembourgeoises un moyen de promotion supplémentaire pour l'écoulement de leurs produits et services en les différenciant par un signe distinctif uniforme par rapport aux produits concurrents tout en soulignant leur origine luxembourgeoise.

Un autre aspect de la création d'un label pareil au «Swiss made» consistait à regrouper les producteurs et à leur conférer le sentiment d'unité.

**MERKUR: Quelle était la réaction des entreprises?**

**Paul HELMING:** Certaines entreprises ont estimé que le label ne leur apporterait pas de valeur ajoutée, mais la majorité des producteurs a fortement apprécié cette initiative. Six entreprises l'ont demandé immédiatement.

**MERKUR: Quels étaient les atouts de disposer d'un label lors de missions économiques?**

**Paul HELMING:** A l'époque, les missions étaient surtout organisées en dehors de l'Europe. Une des idées consistait à créer des liens entre la coopération au développement et l'industrie. Des minilaiteries ont été bâties en Tunisie et des écoles ont été reconstruites en Algérie après le tremblement de terre. Les palplanches ont été exportées jusqu'en Chine où le Luxembourg a amélioré sa notoriété grâce au label.

**MERKUR: La Commission européenne propose de créer un label «Made in Europe». Qu'en pensez-vous?**

**Paul HELMING:** L'apposition d'un label «Made in Europe» ne serait pas une bonne chose pour la plupart des entreprises luxembourgeoises. L'idée du label est en effet de s'identifier par rapport aux entreprises étrangères concurrentes dans un monde de plus en plus globalisé.



## ■ Pourquoi le label «Made in Luxembourg»? Témoignages de 6 entreprises



### 1. Luxlait, association agricole

Les origines de Luxlait remontent à 1894. C'est en effet cette année-là qu'une société privée d'un capital de 60.000 LUF (1.500 €) a été créée sous le nom de «Central-Molkerei». La forme juridique actuelle d'association agricole fut adoptée en 1946 et la société prit la dénomination «Molkereigenossenschaft Luxemburg – Laiterie de Luxembourg».

Le Luxembourg comptait en ce temps 180 laiteries locales. Ce nombre a diminué rapidement et, douze ans plus tard, en 1960, seulement 5 laiteries travaillaient le lait des fermiers luxembourgeois. La réorganisation du secteur laitier au Luxembourg fut achevée le 02 octobre 1978 par la fusion des trois dernières associations agricoles: CELULA, LADUNO et LUXLAIT sous la nouvelle dénomination: LUXLAIT, association agricole.

L'association agricole Luxlait a sollicité l'usage du label «Made in Luxembourg» en 1995.

**MERKUR: Pour quelle raison avez-vous demandé le label et pour quels produits?**

**Luxlait:** Nous avons avant tout sollicité le label pour rassurer le consommateur luxembourgeois sur l'origine luxembourgeoise de nos produits. A l'étranger, le label ne constitue pas pour nous un atout, par contre au Grand-Duché il sécurise l'acheteur.

En effet, tous nos produits sont élaborés au Luxembourg sur base de lait luxembourgeois et nous avons apposé le label sur toute notre gamme de produits.

**MERKUR: Quelles étaient vos attentes?**

**Luxlait:** Nous avons souhaité consolider notre part de marché au Grand-Duché. Il était important de rassurer le consommateur surtout après les scandales de la maladie de la vache folle (ESB).

**MERKUR: Après un usage de 9 ans souhaiteriez-vous continuer à apposer le label sur vos produits?**

**Luxlait:** Le label fait parti de notre image de marque et nous comptons bien sûr le garder.

**MERKUR: La Commission européenne propose de créer un label «Made in Europe». Qu'en pensez-vous?**

**Luxlait:** Nous n'exportons pas sur des continents étrangers et nous préférons de loin le label «Made in Luxembourg» qui représente un «must» pour une entreprise luxembourgeoise traditionnelle.



### 2. Moutarderie du Luxembourg

En 1908, Monsieur Pierre Munhoven fonde son entreprise de distribution de bières, vins et liqueurs, les Etablissements Munhoven. Fort de ce premier succès, il se lance alors, vers 1950, dans la fabrication de vinaigre «Vinaigrerie nationale» et de moutarde: la «Moutarde Royale» est née.

En 1976, Monsieur Raymond Munhoven rachète son confrère, «la Moutarderie Luxembourgeoise», située au Pfaffenthal, dans la Mohrfelsmillen, où depuis 1922 l'on produisait déjà de la moutarde et décide d'en adopter le nom.

En septembre 1986, la nouvelle chaîne de conditionnement plus encombrante, oblige la Moutarderie de Luxembourg, alors en plein essor, de quitter la Mohrfelsmillen pour s'installer dans des locaux flambant neufs sur le site des Ets Munhoven Distribution à Howald.

Une nouvelle étape pour la troisième génération de la famille Munhoven a lieu au 1<sup>er</sup> janvier 2000, lorsque Monsieur Roland Munhoven et son fils Yann reprennent les parts de la division moutarderie (au total six personnes), alors que l'activité initiale de distribution de boissons passe aux mains de la Brasserie Bofferding.

C'est une fois encore l'occasion d'un souffle nouveau pour la Moutarderie de Luxembourg qui ouvrira prochainement son nouveau site de production dans la commune de Schuttrange.



**MERKUR: Pour quelle raison avez-vous demandé le label et pour quels produits?**

**Moutarderie:** L'argument était avant tout commercial. Il existe peu de produits alimentaires luxembourgeois et le consommateur apprécie les produits luxembourgeois. De même, dans la région frontalière, la population se montre de plus en plus ouverte à tester des aliments luxembourgeois. Le label a été demandé pour les 3 sortes de moutarde et 3 sortes de mayonnaise fabriquées par la Moutarderie.

**MERKUR: Quelles étaient vos attentes?**

**Moutarderie:** Il existe beaucoup de produits étrangers sur le marché. L'idée consistait à personnaliser le lien avec le consommateur luxembourgeois.

Le label représente également un atout pour l'export. Ainsi, nous avons participé à la réalisation d'un cadeau de fin d'année préparé par une société néerlandaise qui souhaitait représenter des produits en provenance des

12 pays ayant introduit l'euro. Nous avons également récemment participé à la semaine luxembourgeoise organisée à la Galerie Lafayette. La moutarde en tube a connu un certain succès au Royaume-Uni.

**MERKUR: Après un usage de 17 ans souhaiteriez-vous continuer à apposer le label sur vos produits?**

**Moutarderie:** Oui bien sûr, nous souhaitons continuer à apposer le label sur nos produits.

**MERKUR: La Commission européenne propose de créer un label «Made in Europe». Qu'en pensez-vous?**

**Moutarderie:** Pour la Moutarderie dont la part de marché au Luxembourg représente 70 % le label «Made in Luxembourg» est plus avantageux. Le label «Made in Europe» peut s'avérer utile pour la grande exportation comme pour le Canada ou les Etats-Unis. Les centrales d'achat européennes risquent également de préférer le label «Made in Europe».



**3. Maxim Pasta**

L'entreprise Maxim Pasta produit depuis 1922 des pâtes à Esch-sur-Alzette. La société a été créée par des immigrés italiens; Max Crescentini était le premier directeur, plus tard son gendre Rinaldo Stoisa a pris la gestion en main, entre-temps la quatrième génération est à la tête de l'entreprise qui porte depuis l'année 2000 le nom de Maxim Pasta Sàrl. La production annuelle s'élève à 1.500 tonnes de pâtes ce qui correspond à environ 6 tonnes par jour.

Au cours des dernières années le chiffre d'affaires était en hausse constante, même si la pression des produits concurrentiels est devenue plus forte. Puisque les Luxembourgeois ont toutefois un goût particulier et apprécient les pâtes préparées sur base d'œufs, l'usine est le numéro un du marché dans ce secteur.

23 employés travaillent dans l'usine, dans les secteurs production, emballage et administration. L'entreprise fabrique 35 types différents, dont 25 pour cent de spaghettis. Si on alignait ensemble les nouilles d'une production journalière, on pourrait lier Rome à Luxembourg!

**MERKUR: Pour quelle raison avez-vous demandé le label et pour quels produits?**

**Maxim Pasta:** L'idée était de promouvoir davantage les pâtes auprès de la clientèle luxembourgeoise. Il



s'agissait donc d'utiliser un instrument nouveau pour rendre plus présente dans les esprits l'image de marque du Luxembourg. Le label est apposé sur tous les produits fabriqués au Grand-Duché par Maxim Pasta.

**MERKUR: Quelles en étaient vos attentes?**

**Maxim Pasta:** Le label renforce l'image de marque du Grand-Duché surtout lors de foires à l'étranger comme l'Anuga ou le Sial. Nous exportons une partie de notre production dans la Grande Région et les consommateurs français et belges apprécient fortement les produits luxembourgeois.

**MERKUR: Après un usage de 20 ans souhaiteriez-vous continuer à apposer le label sur vos produits?**

**Maxim Pasta:** Oui, nous aimons bien le garder.

**MERKUR: La Commission européenne propose de créer un label «Made in Europe». Qu'en pensez-vous?**

**Maxim Pasta:** Le «Made in Europe» pourrait s'avérer intéressant pour les pays de l'Est dont les produits sont encore peu connus. La clientèle luxembourgeoise risque cependant de préférer le label «Made in Luxembourg».

**4. Accumalux SA**

Créée en 1976, Accumalux figure aujourd'hui parmi les industries les plus modernes du Grand-Duché de Luxembourg. La société s'est spécialisée dans la fabrication d'ensembles de batteries de démarrage en Polypropylène et de batteries industrielles en SAN, ABS et PS.

En étroite collaboration avec ses filiales LUXBAT (ensembles pour accumulateurs de traction), LUXMOLD (ateliers hyper-spécialisés en construction de moules) et ACCUMALUX M.B. (site de production en République Tchèque), Accumalux S.A. offre un savoir-faire performant dans le domaine de l'injection plastique pour l'industrie mondiale de la batterie.

**MERKUR: Pour quelle raison avez-vous demandé le label et pour quels produits?**

**Accumalux:** Pour Accumalux le label représente un signe de qualité comme le «Swiss made». Il évoque de même la curiosité pour l'origine chez certains clients lointains (par exemple en Chine, Malaisie et Amérique latine), lorsqu'ils découvrent le label «Made in Luxembourg» sur les palettes de bacs de batteries avec les housses de rétraction.

**MERKUR: Quelles en étaient vos attentes?**

**Accumalux:** Le label renforce l'image de marque du Grand-Duché qui jouit de la réputation d'être un pays sérieux.

**MERKUR: Après un usage de 17 ans souhaiteriez-vous continuer à apposer le label sur vos produits?**



**Accumalux:** Oui, le label fait maintenant parti de nos produits et des liens se sont créés durant ces 17 ans. Ainsi au Canada et aux Etats-Unis on a entendu du personnel travaillant dans les usines-clientes évoquer le fait qu'il avait un parent ou un ami au Grand-Duché – lien qu'il n'aurait pas établi si le «Made in Luxembourg» ne l'avait pas sensibilisé. Le label a également renforcé les liens en interne de notre société, dont seulement un tiers du personnel est luxembourgeois.

**MERKUR: La Commission européenne propose de créer un label «Made in Europe». Qu'en pensez-vous?**

**Accumalux:** En apposant le label «Made in Europe», l'origine luxembourgeoise se perd avec les liens créés. Comme déjà expliqué, le label «Made in Luxembourg» aide à créer un sentiment d'appartenance positive à une société et certifie une certaine renommée.







## 5. BlueSky Software:

BlueSky Software est une entreprise spécialisée dans le développement de bases de données 4D, et de solutions de gestion MAC ou PC destinées au PME/PMI.

Les logiciels développés regroupent toute une gamme de modules et options pour la gestion et la comptabilité d'entreprise, ainsi que la gestion de documents. Chaque module peut fonctionner de manière indépendante ou en combinaison avec les autres.

La modularité, ainsi que les possibilités de configuration de chaque module permettent une personnalisation de Sky Gestion, répondant à tout problème de gestion générale et de comptabilité ou encore de Elica, répondant aux besoins d'archivage, de classement et de prêts de documents (gestion de bibliothèque).

De l'installation d'un module sur un seul ordinateur jusqu'à une installation complexe en réseau en architecture Client-Serveur multi-plate-forme (PC et/ou MAC), les logiciels s'adaptent aux demandes de performance, mêmes évolutives de l'entreprise.

### **MERKUR: Pour quelle raison avez-vous demandé le label et pour quels produits?**

**BlueSky:** Pour notre société l'argument principal pour la demande du label est l'aspect commercial. Le label aide à renforcer notre marketing afin de rendre nos produits plus séduisants. Le label met

en avant que notre produit est une conception entièrement luxembourgeoise et augmente la motivation de l'équipe. Il prouve que notre logiciel est développé au Luxembourg et transmet ainsi un signe de qualité à nos clients.

### **MERKUR: La Commission européenne propose de créer un label «Made in Europe». Qu'en pensez-vous?**

**BlueSky:** Etant une entreprise à dimension humaine, orientée majoritairement vers le marché luxembourgeois, je ne me sens pas concerné par un label «Made in Europe». Par contre, une grande entreprise internationale pourrait, à mon avis, profiter du label Made in Europe afin de s'identifier par rapport à la concurrence mondiale.



## 6. Boucherie Oswald

La boucherie Oswald est une boucherie familiale créée en 1949 et reprise en 2<sup>e</sup> génération en 1978 par Monsieur Oswald Jean-Marie ensemble avec son épouse. A partir de 1992 l'entreprise se lance dans la vente de viande biologique et en 1993 elle met en place son «Party – Service» très apprécié par sa clientèle. Depuis 1999 elle pratique la vente exclusive de viande, charcuterie et volailles biologiques et propose un menu du jour ainsi qu'un repas sur roues. En 2002 elle devient membre de la cuisine du maître boucher.

### **MERKUR: Pour quelle raison avez-vous demandé le label et pour quels produits?**

**Boucherie Oswald:** Nous avons demandé le label «Made in Luxembourg» pour nos produits luxembourgeois de charcuterie, de salaisons et de produits à base de viande qui sont fabriqués dans des structures artisanales avec de la viande luxembourgeoise et qui constituent donc des produits typiquement luxembourgeois. Ainsi, nous sommes d'avis qu'il est important de mettre en évidence par l'intermédiaire du label l'existence de ces produits luxembourgeois surtout vis-à-vis de nos clients étrangers.

### **MERKUR: Quelles en étaient vos attentes?**

**Boucherie Oswald:** Nous avons envisagé de nous différencier vis-à-vis de la concurrence par la création d'un instrument de marketing pour les entreprises artisanales afin d'augmenter ou bien de garder notre niveau des ventes.

### **MERKUR: Après votre expérience depuis l'année passée souhaiteriez-vous continuer à apposer le label sur vos produits?**

**Boucherie Oswald:** Bien sûr, les clients ont pris l'habitude de voir le label sur nos produits et nous sommes fiers de pouvoir le mettre en vitrine. Le label fait partie de l'image de notre entreprise.

### **MERKUR: La Commission européenne propose de créer un label «Made in Europe». Qu'en pensez-vous?**

**Boucherie Oswald:** Pour nos besoins le label «Made in Luxembourg» est suffisant. Comme nous avons une clientèle surtout régionale, nous sommes contents de promouvoir les produits luxembourgeois auprès de ces consommateurs. En tant que boucherie artisanale nous n'avons de toute façon pas la possibilité d'exporter des produits vers l'étranger.

## ■ Se démarquer de la concurrence étrangère

Pour la grande industrie, mais également pour les PME artisanales, l'utilisation du label d'origine «Made in Luxembourg» est devenue depuis 1984 un élément important de positionnement par rapport à la concurrence étrangère. Plus qu'un gadget, le label d'origine fait désormais partie des instruments mis à disposition des entreprises afin de rendre plus présente dans les esprits des consommateurs l'image de marque et indirectement la qualité offerte par les entreprises qui garantissent une production ou une prestation de services nationale.

Les titulaires de la marque sont la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers pour leurs ressortissants respectifs. Une caractéristique essentielle d'usage du label est que le sigle ne peut être utilisé qu'en relation avec le produit ou le service pour lequel le droit d'usage a été octroyé. Il en ressort que les Chambres titulaires décident au cas par cas du droit d'usage à l'aide de conditions d'octroi préalablement fixées et discutées avec les entreprises concernées. Des prescriptions spéciales ont été élaborées pour certains secteurs, comme celui de la viande, afin d'éviter une confusion d'utilisation et une conduite en erreur du consommateur.

Par ailleurs, les titulaires de la marque veillent à ce que la législation communautaire en matière des règles d'origine soit appliquée. Dans ce contexte, peuvent être considérés comme produits luxembourgeois les marchandises entièrement fabriquées au Grand-Duché de Luxembourg ou celles dont la dernière transformation substantielle, économiquement justifiée, a eu lieu au Grand-Duché de Luxembourg. Cette transformation doit être effectuée dans une entreprise luxembourgeoise équipée à cet effet et aboutir à la fabrication d'un produit nouveau ou représentant un stade de fabrication important. Le respect

et la surveillance de l'usage du label sont assurés par un conseil de surveillance qui veille au bon emploi des prescriptions d'utilisation.

L'utilisation du label peut être multiple, que ce soit par apposition sur le produit même ou sur le papier à lettres de l'entreprise, sur le matériel publicitaire ou sur les documents commerciaux. L'entreprise doit néanmoins veiller à ce que le rapport direct entre le produit pour lequel le droit d'usage a été octroyé et le signe soit respecté.

Le droit d'usage du label «Made in Luxembourg» a été octroyé à plus de 155 entreprises industrielles

pour 200 produits différents. Le label «Luxembourg» a été accordé à 28 entreprises de services pour 40 prestations de services différentes. Une analyse plus fine du fichier des attributions du label octroyé à des ressortissants de l'Artisanat fait apparaître dans l'ensemble 120 entreprises petites et moyennes de type artisanal. Ces chiffres témoignent de l'intérêt que les labels d'origine suscitent auprès des milieux d'affaires luxembourgeois. Ces labels représentent par ailleurs un excellent moyen de promotion pour des secteurs d'activités fort divers. ■

Pour tout renseignement supplémentaire vous pouvez contacter  
la Chambre de Commerce, Département International,  
Madame Edith Stein, tél.: 42 39 39-312, world@cc.lu.

when  
**work**  
is a pleasure  
**life**  
is a joy



Aménagement  
de bureaux

Copieurs, fax  
et imprimantes

Machines pour  
banques et bureaux

INTERNET  
[www.felten-stein.lu](http://www.felten-stein.lu)

**FELTEN-  
STEIN**

Des solutions d'ensemble  
pour bureaux et imprimeries

FELTEN-STEIN SA  
14, RUE DES JONCS  
L-1818 HOWALD  
TEL 40 23 53  
FAX 40 23 39  
E-MAIL [fs@felten-stein.lu](mailto:fs@felten-stein.lu)

## Calendrier

### Octobre

**18-22.10**

Stand collectif régional au salon «SYSTEMS 2004» à Munich

**19.10**

Journée de la Grande Région au salon «SYSTEMS 2004» à Munich

**20.10**

Symposium «Construire en toute sécurité» (voir page 34)

**20.10**

Remise de trophées à 6 entreprises par M. le Ministre du Travail

**20.10**

Journée des Exposants Luxembourgeoise au salon «INITIATIVES 2004» à Liège (voir page 18)

**20-22.10**

Stand collectif national au salon «INITIATIVES 2004» à Liège

**25.10**

Visite accompagnée à la «K 2004» à Düsseldorf

**25.10**

Formation sécurité commerce électronique (langue luxembourgeoise)

**26.10**

Formation sécurité commerce électronique (langue française)

**27.10**

Séminaire d'information sur l'Inde

**Octobre**

Formations «La sécurité de l'informatique, risques et enjeux pour mon entreprise! Comment faire pour éviter la perte des données importante ou les attaques et virus?»

### Novembre

**1-5.11**

Stand collectif au salon «IT.com 2004» à Bangalore

**5.11**

Journée sur les Etats baltes avec bourse de contacts (voir page 20)

**8.11**

Formation sécurité commerce électronique (langue luxembourgeoise)

**8-12.11**

Mission économique en Chine (Pékin, Shanghai, Hongkong)

**9.11**

Formation sécurité commerce électronique (langue française)

**11.11**

Journée sur la République tchèque avec bourse de contacts (voir page 21)

**15.11**

Formation sécurité commerce électronique (langue luxembourgeoise)

13-15 septembre 2004

## Grand succès pour la journée de promotion du Grand-Duché à Washington D.C.



**D**u 13 au 15 septembre 2004, une importante délégation commerciale, comprenant les représentants d'une vingtaine de sociétés luxembourgeoises ont participé aux journées de promotion économique à Washington D.C.. La délégation, sous la conduite de Monsieur Jeannot Krecké, Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur ainsi que de la Chambre de Commerce du Luxembourg, ont accompagné le Grand-Duc Henri et le Ministre des Affaires Etrangères et de l'Immigration, Monsieur Jean Asselborn à leur visite officielle aux Etats-Unis.

La visite officielle du souverain luxembourgeois s'est inscrite dans le cadre du souvenir et de la reconnaissance envers les libérateurs du Grand-Duché, la présence de la délégation commerciale avait comme objectif la relance et l'intensification des relations commerciales avec

notre partenaire américain. En effet, les exportations luxembourgeoises vers les USA se caractérisent actuellement par une stagnation. Donner une nouvelle dynamique aux relations commerciales était le sujet de discussion du séminaire organisé par la «US Chamber of Commerce». La Chambre de Commerce américaine est une institution de prestige au sein du commerce américain et compte quelque 3.000 représentations aux Etats-Unis et une centaine de filiales à travers le monde.

Devant une audience importante de représentants de la communauté d'affaires à Washington, le Grand-Duc a ouvert le séminaire économique avec une présentation exhaustive des atouts et de l'attrait du site Luxembourg pour les investisseurs américains. Le Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur, Monsieur Krecké a présenté les efforts du Gou-





vernement luxembourgeois en matière de diversification de l'économie, tout en mettant l'accent sur la législation favorable pour l'environnement économique. Le directeur de la Chambre de Commerce, Monsieur Pierre Gramagna, a illustré les différents secteurs de l'économie luxembourgeoise par le biais des sociétés luxembourgeoises participant à la journée de promotion. Cette première journée était clôturée par une réception à l'occasion de la réouverture de l'ambassade du Grand-Duché à Washington en présence du Grand-Duc Henri et des ministres Jean Asselborn et Jeannot Krecké. Lors de cette manifestation les entreprises ont eu l'occasion de rencontrer les consuls honoraires du Luxembourg aux Etats-Unis. Les contacts avec le réseau consulaire permettent aux sociétés luxembourgeoises d'avoir de plus amples informations sur les juridictions respectives.

Le lendemain, le ministre Jeannot Krecké, accompagné par des repré-

sentants de la Chambre de Commerce, avait un entretien avec le président de l'«Export Import Bank of the United States», agence officielle du crédit à l'exportation des Etats-Unis. Parmi les 13 avions de Cargo-lux du type Boeing 747-400, quatre ont été financés avec des garanties de l'EX-IM Bank.

En marge des journées de promotion économique à Washington a eu lieu un colloque sur les relations transatlantiques organisé sous l'égide du «Luxembourg Group». Ce groupe se compose de l'Université du Luxembourg, de l'Institut universitaire de hautes études internationales de Genève ainsi que du centre pour les relations transatlantiques de la John Hopkins University à Washington. Ce colloque, modéré par l'Ambassadeur des Etats-Unis à Luxembourg, S.E.M. Peter Terpulek, avait comme thème «International cooperation and conflict in the post-September 11<sup>th</sup> world.» ■



## Calendrier

**16.11**

Formation sécurité commerce électronique (langue française)

**17.11**

Formation sécurité commerce électronique (langue française)

**18.11**

Journée sur la Serbie et Monténégro avec bourse de contacts

**18.11**

Formation sécurité commerce électronique (langue française)

**19-25.11**

Mission économique à la région du Golfe (Emirats Arabes Unis, Qatar, Koweït)

**20-24.11**

Stand collectif au salon «BIG 5» à Dubaï

**23-24.11**

Visite accompagnée au salon «EMBALLAGE» à Paris (voir page 29)

**29.11**

Conférence «Optimiser la visibilité de votre site web ou utiliser les dernières technologies?» (voir page 36)

**30.11**

Conférence sur les marchés publics

**30.11**

Formation sécurité commerce électronique (langue luxembourgeoise)

### Décembre

**1-2.12**

Visite accompagnée au salon «POLLUTEC 2004» à Lyon avec bourse de contacts

**4 ou 11.12**

Table ronde télévisée sur la santé/sécurité au travail au Luxembourg

**7.12**

Conférence sur les logiciels libres

**7.12**

Formation sécurité commerce électronique (langue luxembourgeoise)

**8.12**

Formation sécurité commerce électronique (langue française)

**8-9.12**

Visite accompagnée au salon «MIDEST 2004» à Paris avec bourse de contacts

**14.12**

Formation sécurité commerce électronique (langue luxembourgeoise)

**15.12**

Formation sécurité commerce électronique (langue française)

28 et 29 septembre 2004

## Le président de la **République portugaise** en visite à la Chambre de Commerce



*Le président de la Chambre de Commerce, M. Michel Wurth, accueille le président de la République portugaise, M. Sampaio, et S.A.R. le Grand-Duc*

**S**ur l'invitation de LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse, S.E.M. Jorge Sampaio, président de la République portugaise, et Mme Sampaio ont effectué une visite d'Etat au Luxembourg du 27 au 30 septembre 2004. Le couple présidentiel a été accompagné de M. Antonio Monteiro, ministre des Affaires étrangères et des Communautés portugaises, M. Carlos Alberto Silva Gonçalves, secrétaire d'Etat aux Communautés portugaises et de Mme Maria da Graça Ferreira Proença de Carvalho, secrétaire d'Etat à l'Industrie, au

Commerce et aux Services au sein du ministère de l'Economie.

Dans le cadre de la visite d'Etat, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg a accueilli les 28 et 29 septembre 2004 l'importante délégation portugaise accompagnant le président, ce qui a permis à 52 entreprises luxembourgeoises de rencontrer 21 entreprises portugaises. Pendant deux jours, la bourse de contacts mise en place par la Chambre de Commerce a permis d'organiser plus de 100 entretiens individuels de 25 minutes entre les représentants des entreprises luxembourgeoises et portugaises. Les sociétés portugaises présentes, ayant toutes des expériences internationales, étaient issues de divers secteurs d'activité. A titre d'exemple, le secteur bancaire était représenté par 4 banques et le secteur industriel par 6 des entreprises relevant du secteur de la sidérurgie et des moules en plastique. Etaient également représentés les secteurs informatique, de la construction, du textile, du mobilier et immobilier ainsi que plusieurs associations professionnelles représentant les intérêts de l'économie portugaise dans son ensemble. Les profils des entreprises portugaises ayant participé à la bourse de contacts sont disponibles auprès du Département International, Affaires Européennes, sur simple demande (e-mail: europe@cc.lu)

La Chambre de Commerce a également organisé le 28 septembre, en collaboration avec l'ICEP Portugal, un séminaire économique réunissant plus de 100 entreprises venues pour s'informer sur le marché portu-

gais et ses possibilités d'opportunités et d'investissement.

Ce séminaire a mis l'accent sur un Portugal moderne et international, possédant une économie compétitive et diversifiée, pouvant être un partenaire efficace et important pour le Luxembourg et inversement. Dans cette perspective, les participants ont pu avoir un aperçu significatif de l'économie du Portugal et du Luxembourg, des possibilités d'investissement dans ces deux Etats, ainsi qu'un aperçu des avantages pour les sociétés investissant dans ces deux pays: avantages fiscaux, de main d'œuvres, etc. Ainsi, les participants luxembourgeois ont pu découvrir un pays leur offrant de grandes possibilités quel que soit leur secteur d'activité de prédilection. Les industries des moules industriels, agroalimentaires, électriques, électroniques, pharmaceutiques, aéronautiques et automobiles représentent une part non négligeable de l'économie portugaise, et représentent des relations d'affaires potentielles pour les entreprises luxembourgeoises. De plus, le Portugal dispose d'un marché des télécommunications libéralisé, d'un marché de l'énergie accessible, d'un réseau routier et maritime moderne et facilitant les échanges commerciaux.

Le séminaire s'est conclu avec une réception offerte par la Chambre de Commerce et un dîner offert par l'ICEP, donnant deux nouvelles possibilités pour les entreprises portugaises et luxembourgeoises de tisser des liens informels avec de futurs partenaires. ■





# Citroën, Star de l'utilitaire.

Et des offres à faire hurler les fans.



**JUMPER** à pd **12.088€<sup>(1)</sup>** HTVA  
soit **24% de remise**

- Volume: de 7,5 m<sup>3</sup> à 14 m<sup>3</sup> • Charge utile: jusqu'à 1.490 kg
- 3 hauteurs et 3 longueurs



**Berlingo** à pd **7.595€<sup>(1)</sup>** HTVA  
soit **22% de remise**

- Volume: 3 m<sup>3</sup>
- Charge utile: 600 ou 800 kg



**Jumpy** à pd **10.433€<sup>(1)</sup>** HTVA  
soit **23% de remise**

- 2 volumes: 4 m<sup>3</sup> et 5 m<sup>3</sup> • Charge utile: jusqu'à 900 kg
- 2 longueurs d'empattement: 2m82 et 3m22

(1) Offre Fleet réservée aux sociétés. Prix HTVA (hors frais de contrôle technique et d'immatriculation) toutes promotions déduites. Remises calculées sur base du prix catalogue au 01/10/04 et valable à l'achat d'un véhicule utilitaire neuf commandé en octobre 2004 hors véhicules transformés et hors offres Easy Pack. Offre non cumulable avec les autres promotions en cours. Offres Fleet valables dans la limite des stocks disponibles et dans tous les points de vente participant à l'opération. Document non-contractuel.



En plus pour vous, une prime de recyclage "Green Act" de 413€ HTVA sur les Jumpy et Jumper et de 826€ HTVA sur les Berlingo VU sera déduite à l'achat d'un véhicule utilitaire neuf. Le véhicule doit être complet et immatriculé depuis au moins 6 mois au nom du dernier propriétaire.

Plus d'informations? Appelez Etoile Garage: 40 22 66 315. Garage Autopol: 81 18 65 1.



DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

CITROËN préfère TOTAL

[www.citroenfleet.be](http://www.citroenfleet.be)



**CITROËN**



## Messen und Ausstellungen

im November 2004

### JIMTOF

Internationale Werkzeugmaschinen Messe

1. – 8.11.2004

Tokyo (J)

Tel.: 0081 6 66 12 12 12

### CARTES

Internationales Forum für Plastikkarten

2. – 4.11.2004

Paris (F)

Tel.: 0033 1 49 68 51 00

### EXPOPROTECTION FEU

Internationale Ausstellung für Schutz und Sicherheit

2. – 5.11.2004

Paris (F)

Tel.: 0033 1 47 56 21 75

### ECOMONDO

Fachmesse für Umwelttechnologie

3. – 6.11.2004

Rimini (I)

Tel.: 0039 0541 74 41

### INTERNATIONALE MÖBELMESSE

Fachmesse für Möbel, Polstermöbel und Dekoration

7. – 10.11.2004

Brüssel (B)

Tel. : 0032 2 55 89 720

### ELECTRONICA

Internationale Fachmesse für Bauelemente und Baugruppen der Elektronik

9. – 12.11.2004

München (D)

Tel. : 0049 89 94 92 03 32

### GLASSTECH

Internationale Fachmesse mit Sonderschau «glass technology live»

9. – 13.11.2004

Düsseldorf (D)

Tel. : 0049 211 45 60 900

### BRAU BEVIALE

Europäische Fachmesse für die Getränkewirtschaft

10. – 12.11.2004

Nürnberg (D)

Tel.: 0049 911 8+ 060

### REHACARE

Internationale Fachmesse für Menschen mit Behinderung und Pflegebedarf

10. – 13.11.2004

Düsseldorf (D)

Tel.: 0049 211 45 60 01

### EMAF

Internationale Messe für Werkzeugmaschinen

10. – 14.11.2004

Porto (P)

Tel.: 00351 22 99 81 400

### POLEKO

Internationale Umweltmesse

16. – 19.11.2004

Posen (PL)

Tel.: 0048 61 86 92 000

### SICUREZZA

Internationale Fachmesse für elektronische Überwachungs- und Alarmgeräte und Einrichtungen zum Schutz von Personen und Gütern

17. – 20.11.2004

Mailand (I)

Tel.: 0039 02 32 64 282

### THAI METALEX

Internationale Messe für Werkzeugmaschinen und Metallverarbeitung

18. – 21.11.2004

Bangkok (TH)

Tel.: 0049 211 55 62 81

18-19 October 2004

# Asian Development Bank: Business Opportunities Seminar

**A**DB is a multilateral development finance institution dedicated to reducing poverty in Asia and the Pacific. Established in 1966 as a regional partner of the World Bank, ADB engages in mostly public sector lending for development purposes. Luxembourg has become a member of ADB in September 2003 and therefore is now eligible to participate in the organisation's procurement of goods and services.

The ADB Business Opportunities Seminar, the first to be organized in Luxembourg, is aimed at potential contractors, suppliers, manufacturers and consultants, providing guidelines for procurement and the necessary information in order

to participate in contracts being financed by the Bank. Participants will learn how to prepare bids and proposals in compliance with ADB's documentation requirements and procedures. Financiers and investors interested in ADB's co-financing and private sector activities should also find the seminar of interest.

The seminar is scheduled for two days. During the first day, the actual seminar takes place, while during the second day the resource speakers will be available for individual interviews.

For more information, please contact the Chamber of Commerce, International Department, Mrs Simone Joachim or Mrs Claudine Otto at +352 42 39 39-320. ■

20 octobre 2004

# Journée des Exposants Luxembourgeois au salon

## « INITIATIVES 2004 »

**D**u 20 au 22 octobre 2004 le Grand-Duché de Luxembourg sera pour la deuxième fois représenté par un stand collectif national lors du salon INITIATIVES

2004, le premier salon «B2B» de la Belgique. Les 20 entreprises luxembourgeoises suivantes se sont inscrites au stand collectif qui a une surface de plus de 300 m<sup>2</sup>.

Abyss Partner	Apprentissage de langues étrangères sous hypnose, assistance, conseil, formation
Diemme Luxembourg	Production et commercialisation des transformateurs et lampes au néon
Eclipse	Communication visuelle, affichage lumineux dynamique, conseil en entreprise et communication événementielle
Editus Luxembourg	Editeur des Annuaires Téléphonique, Professionnel, Internet du Luxembourg
Fast Forward	Conseil en gestion et en développement commercial spécialisé sur les PME/PMI
ID4	Machines semi-prof, thés infusions tisanes, cafés de marque, cacao
Immorodange	Location de bureaux
Infodata	Logiciels de gestion pour PME/PMI
IT Consulting	Solutions business et informatiques
Kitry Consulting S. A.	Ingénierie informatique
Lux Direct Line Services	Centre d'appels, télémarketing
Luxinnovation	Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche
MGK Technologies	Produits «anti-virus»
NCI – Les Centres d'Affaires	Centre d'affaires, espaces pour séminaires, salles de réunion
Nerea	Conseil informatique et de gestion, intégration, mise en œuvre et gestion de projet de progiciels de gestion ou de relation client
No Limits	Conception et réalisation d'espaces d'exposition et de présentation
Optimal Security	Services Internet, ASP (Application Services Provider)
Pfconsult	Conseils dans le domaine des marchés publics
Pro-Fit	Conseil et formation sur mesure en informatique, langues et management
Rms.lu	Identification automatique, systèmes de lecture et d'impression de codes à barres en batch et en radio-fréquence

La Chambre de Commerce et les exposants luxembourgeois ont le plaisir de vous inviter à venir visiter le salon «INITIATIVES 2004» et le stand collectif luxembourgeois lors de la Journée des Exposants

Luxembourgeois qui sera organisée le 20 octobre 2004 à partir de 14.00 heures. Au cours du salon vous avez également la possibilité de participer à de nombreuses conférences et séminaires.

Les entreprises intéressées sont priées de renvoyer le bulletin ci-dessous pour recevoir une carte d'entrée gratuite.

## Bulletin d'Inscription

(à remplir à la machine ou en lettres majuscules)

# INITIATIVES 2004



Entreprise: \_\_\_\_\_

Nom: \_\_\_\_\_

Prénom: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

Code postal, Localité: \_\_\_\_\_

Téléphone: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_ @ \_\_\_\_\_

http:// \_\_\_\_\_

confirme sa participation à la «Journée des Exposants luxembourgeois» lors du salon «Initiatives 2004» du 20 octobre 2004.

**Chambre de Commerce  
du Grand-Duché de Luxembourg**

**Département International – Affaires Européennes**

7, rue Alcide de Gasperi – LUXEMBOURG – KIRCHBERG  
Adresse postale: L-2981 Luxembourg

Tél.: 42 39 39-360 • Fax: 43 83 26 • E-mail: europe@cc.lu

## Messen und Ausstellungen

im November 2004

### OTOMOTIV ENDÜSTRISI

Internationale Messe der Automobilindustrie

18. – 22.11.2004

Istanbul (TR)

Tel.: 0090 212 66 30 881

### EMBALLAGE

Internationale Verpackungsmesse

22. – 26.11.2004

Paris (F)

Tel.: 0033 1 49 68 51 00

### THE BIG 5 SHOW

Internationale Messe für den Bausektor, Wassertechnologie und Umwelt, Klima- und Kältetechnik, Reinigung und Instandhaltung sowie Glas- und Metallbau

20. – 24.11.2004

Dubai (VAE)

Tel.: 00971 4 33 19 688

### IPA/GIA/MATIC/SIEL

Drei internationale Fachmessen: Lebensmittel-, Verfahrenstechnik und Biotechnik, Ausrüstungen und Techniken für die Fleischwirtschaft, Fachmesse für Molkereitechnik

22. – 26.11.2004

Paris (F)

Tel.: 0033 1 49 68 51 00

### HORECA EXPO

Fachmesse für Hotel-, Restaurant-, Gaststätten- und Kantinenbedarf

21. – 25.11.2004

Gent (B)

Tel.: 0032 9 24 19 211

### SPS/IPC/DRIVES

Elektrische Automatisierung – Systeme und Komponenten – Messe und Kongress

23. – 25.11.2004

Nürnberg (D)

Tel.: 0049 711 61 94 60

5 novembre 2004

# Journée sur les Etats baltes

Il y a quinze ans la région balte faisait partie de l'Union soviétique. Depuis lors, des changements énormes ont eu lieu. Au début des années 90, l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie se sont déclarées indépendantes et, suite aux progrès économiques et politiques réalisés, ils sont rentrés dans l'UE le 1<sup>er</sup> mai dernier.

Avec une totalité de plus de 7 millions d'habitants, les trois Etats baltes forment un marché non-négligeable qui s'est développé rapidement dans un marché concurrentiel. Quelques secteurs économiques importants sont le secteur informatique, des télécommunications, du transport et du bois.

Pour promouvoir les relations économiques entre les pays de l'Europe occidentale et les Pays baltes,

des bureaux d'informations ont été créés à l'aéroport de Hahn (Allemagne). Depuis quelques années, une Journée sur les Etats baltes y est organisée annuellement.

Etant donné que les Pays baltes forment un marché intéressant pour les entreprises luxembourgeoises, la Chambre de Commerce organisera le 5 novembre 2004 une Journée sur les Etats baltes. Cette Journée vous offre la possibilité de participer à des conférences sur l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie ainsi que d'avoir des rendez-vous préprogrammés avec des entreprises en provenance des trois pays concernés.

Les entreprises intéressées sont priées de renvoyer le bulletin ci-dessous. ■

## Coupon-Réponse

Bulletin d'Inscription- A remplir en lettres majuscules -

Entreprise: \_\_\_\_\_

Nom: \_\_\_\_\_ Prénom: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_ Code postal, Localité: \_\_\_\_\_

Téléphone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_ http:// \_\_\_\_\_

- souhaite recevoir de plus amples informations relatives à la Journée sur les Etats baltes du 5 novembre 2004.  
 confirme sa participation à la Journée sur les Etats baltes du 5 novembre 2004.

### Chambre de Commerce

Département International – Affaires Européennes

7, rue Alcide de Gasperi – LUXEMBOURG – KIRCHBERG

Adresse postale: L-2981 Luxembourg • Tél.: 42 39 39-360 • Fax: 43 83 26 • E-mail: europe@cc.lu



11 novembre 2004

## Journée tchèque:

rencontrez des entreprises tchèques à la Chambre de Commerce!



**E**n mai 2004, l'adhésion de la République tchèque à l'Union européenne a créé de nouvelles possibilités pour le développement des relations économiques et commerciales entre des entreprises tchèques et luxembourgeoises (voir article «The Czech Republic, an attractive market within the EU»). En juin 2004, la ligne directe aérienne entre le Luxembourg et la République tchèque (Prague) a été ouverte.

Dans ce contexte, une délégation d'hommes d'affaires tchèques visitera les 10 et 11 novembre 2004 le Grand-Duché de Luxembourg lors d'une mission économique organisée par la Chambre de Commerce mixte tcheco-belgo-luxembourgeoise en République tchèque en collaboration avec la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg. La délégation sera

composée des entrepreneurs, des représentants des régions ainsi que des représentants des autorités tchèques.

Dans le cadre de cette mission économique, une Journée sur la République tchèque sera organisée à la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg le 11 novembre 2004. Lors de cette Journée, la République tchèque se présentera lors d'une conférence. De plus, les entreprises luxembourgeoises auront la possibilité de rencontrer, lors des rendez-vous «B2B» individuels, des entrepreneurs tchèques. Ceci pour trouver un nouveau partenaire commercial, un nouveau fournisseur, un nouveau client etc.

Au cours de la mission économique, les sociétés tchèques visiteront également des institutions européennes telles que la Banque euro-

## Messen und Ausstellungen

im November 2004

### FOODAPEST

Internationale Fachmesse für Ernährung, Getränke und Lebensmittelverarbeitung

23. – 26.11.2004

Budapest (HU)

Tel.: 0036 1 26 36 070

### MEDICA

Weltforum der Medizin

24. – 27.11.2004

Düsseldorf (D)

Tel.: 0049 211 45 60 01

### E.I.B.T.M.

Europäische Fachmesse für Kongresse, Incentive- und Geschäftsreisen

30.11. – 02.12.2004

Barcelona (E)

Tel.: 0044 1273 73 52 53

### LYON

Internationale Fachmesse für Wasser-, Luft-, Lärm- und Abfalltechnik

30.11. – 03.12.2004

Lyon (F)

Tel.: 0033 1 47 56 21 75

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.

péenne d'Investissement (BEI) et la Cour européenne de Justice.

### Chambre de Commerce mixte tchéco-belgo-luxembourgeoise

La Chambre de Commerce mixte tchéco-belgo-luxembourgeoise a été créée en 1998. Parmi ces membres figurent les sociétés luxembourgeoises qui travaillent sur le marché tchèque.

Le Président d'honneur de la Chambre de Commerce mixte tchéco-belgo-luxembourgeoise est l'Ambassadeur du Grand-Duché de Luxembourg en République tchèque. En accord avec son programme annuel, la Chambre organise plusieurs manifestations telles que les conférences internationales, les «business days», la participation aux salons professionnels internationaux et les missions économiques.



## Chambre de Commerce mixte tchéco-belgo-luxembourgeoise

Anglická 20 • CZ-12000 Praha 2

Personne de contact: Mme Kovarova • E-mail: cblkomora@nextra.cz • Internet: www.cblchamber.cz (version tchèque et anglaise)

Pour de plus amples informations sur la Journée sur la République tchèque,  
prière de renvoyer le coupon-réponse ci-dessous.

## Coupon-Réponse

Bulletin d'Inscription- A remplir en lettres majuscules -

Entreprise: \_\_\_\_\_

Nom: \_\_\_\_\_ Prénom: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_ Code postal, Localité: \_\_\_\_\_

Téléphone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_ @ \_\_\_\_\_ http:// \_\_\_\_\_

- souhaite recevoir de plus amples informations relatives à la Journée sur la République tchèque du 11 novembre 2004.  
 confirme sa participation à la Journée sur la République tchèque du 11 novembre 2004.

### Chambre de Commerce

Département International – Affaires Européennes

7, rue Alcide de Gasperi – LUXEMBOURG – KIRCHBERG

Adresse postale: L-2981 Luxembourg • Tél.: 42 39 39-360 • Fax: 43 83 26 • E-mail: europe@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  
Kompetenz  
im  
Hallenbau  
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



## Le professionnalisme au service de votre entreprise



**DEXIA**

Banque Internationale  
à Luxembourg

Société anonyme, fondée en 1856  
69, route d'Esch - L-2953 Luxembourg  
Entreprises Nationales - Tél. : +352 4590-2981 - Fax : +352 4590-2086  
[www.dexia-bil.lu](http://www.dexia-bil.lu) - E-mail : [contact@dexia-bil.lu](mailto:contact@dexia-bil.lu)





# The Czech Republic: an attractive market within the EU



**T**he relations between the Grand Duchy of Luxembourg and the Czech Republic go back 700 years. They are really unique and privileged. Most of the Czechs would know the kings of the House of Luxembourg on the Czech throne in the 14<sup>th</sup> and 15<sup>th</sup> century. Recently Charles IV was chosen in a country-wide celebrity search as the most outstanding Czech personality ever. This is one of many reasons why the „label of Luxembourg“ or „Made in Luxembourg“ enjoys a very high reputation in today's Czech Republic.

### **The economy of the Czech Republic**

The growth of the GDP in the Czech Republic reached about 2.9 % in 2003 and the perspective seems to remain above EU average for 2004

and 2005. The latest big investments, mainly into the IT and communications industry, also contribute to this trend. Investments into high-tech, software, automotive industries and services with higher added value help the Czech Republic to move from a country with cheaper and lower educated labour force to a country of a better qualified work force.

### **Political and business climate**

The newly appointed Czech government (August 2004) set up a list of priorities one of which is the simplification and speeding up of foundation and registration of a company. As to the legislation, the preparation of the missing bankruptcy law is expected to improve the entrepreneurial climate in the Czech Republic as well.

### **Trade**

Since 1993 the development of trade between the Czech Republic and Luxembourg has been the most dynamic compared to any other EU country. The exports from the Czech Republic to Luxembourg increased 15 times and the imports from Luxembourg to the Czech Republic almost 10 times according to the Czech Ministry of Industry and Trade.

### **Trade fairs – Gate to the Czech market**

Of the two major trade fair sites in Prague and Brno (Brünn), the latter is the most renowned and recommended. Out of about 50 specialised fairs in Brno some should deserve more attention, like e.g. the Fair on International Milling Industry, Bakery and Confectionery Fair, International Food Fair together with International Wine Fair, International Fair of Household Articles, International Building Fair, International Environmental Fair, International Fair of Fire Fighting Equipment, International Engineering Fair, International Fair of Information and Communication Technology, European Educational Exhibition and Business and Investment Forum of European Regions.

The number of exhibitors is very high as documented for example by the statistics of the last food fair, which was visited by 41,406 visitors from 53 countries out of which 22,192 were professionals. In total 1,162 companies exhibited at the fair. They represented 41 countries.

The other very renowned fair is the International Engineering Fair, which in 2003 was visited by 105,586 visitors from 57 countries. Out of 660 exhibitors 68 % were from the EU countries. The fairs always draw high attention of the business community, public as well as media. Brno as a fair site is favourite a. o. for the relative closeness to the neighbouring countries, Austria and Slovakia and their capitals (Vienna, Bratislava).

### Investments

The authorities of the Czech Republic continue to create favourable conditions for foreign entrepreneurs. The Czech Republic had attracted by 2002 more foreign direct investments per capita than any other country of Central and Eastern Europe. The authorities provide incentives for green and brown field investments, which differ from place to place according to the kind of investment, number of new jobs created, region and location. Normally the local authorities are sufficiently competent in providing all necessary information and assistance to potential investors. They dispose of all kind of information on industrial zones, status of infrastructure, grounds and office space and will be very helpful. Due to the Embassy's good contacts to the regional and local authorities it can be an efficient intermediary as it has been for many potential investors so far.

### General conditions

#### Taxes

Under the competitive pressure from Poland, Slovakia and Hungary, the Czech government decided to simplify and lower the tax structure. The corporate tax will be decreased gradually from 31 % to the final 24 % in 2006. As a result of the tax reform the corporate tax in the Czech Republic declined to 28 % already this year.

#### Labour cost

The average gross salary of an employee in the Czech Republic

amounts to around 570 EUR (17,900 CZK). However, on top of the gross salary the employer has to pay 35 % benefits (social, health, pension, sickness, unemployment). The level of the salary strongly depends on the location and particular region. Whereas the worker in industry in Prague would have the gross salary of 14,000 to 16,000 CZK (500 EUR) the same job may be assumed by a worker in one of the regions for e. g. 10,000 CZK (320 EUR).

#### Human resources

The average unemployment rate according to the EU methodology reached 9.2 % in July 2004 and the labour offices registered 495.4 thousand of unemployed job applicants being able to take a job. Most of the unemployed (74.6 %) are secondary school graduates or people with basic education. Many of redundant people are skilled technicians or have experience in machinery and engineering especially in the regions that are undergoing the restructuring of the heavy industry in the Czech Republic (North Bohemia and North Moravia).

The level of unemployment differs from region to region. Prague

has the lowest rate around 2-3 %, whereas North Bohemian and North Moravian (Moravian Silesian) regions reach 16-18 % and in particular areas 20 % and more.

### Luxembourg contacts

Besides the 2002 founded Embassy of Luxembourg in the Czech Republic there is also the Czech-Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Prague active since 1997. The members of the Chamber receive on regular basis all relevant information relating to the Czech-Luxembourg business relations.

### Next major activity

The next trade mission of Czech entrepreneurs to Luxembourg which is organised by the Czech-Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce is planned for 10 and 11 November 2004 and is of course open to all interested Luxembourg companies.

*This article is a summary of the contribution of Mr Jan Prusak, economic and commercial expert at the Luxembourg Embassy in Prague, on the occasion of the „Journée d'opportunités d'Affaires” at the Chamber of Commerce in June 2004.* ■

## Contacts – Business and commercial information

### Luxembourg Embassy in the Czech Republic

Trziste 13, 118 00 Praha 1

e-mail: [jan.prusak@mae.etat.lu](mailto:jan.prusak@mae.etat.lu) • [www.ambalux.cz](http://www.ambalux.cz) • Tel: +420 257 181 800

### Czech-Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce

Anglická 20, 120 00 Praha 2

e-mail: [cblkomora@nextra.cz](mailto:cblkomora@nextra.cz) • [www.cblchamber.cz](http://www.cblchamber.cz)

Tel: +420 261 352 090, +420 261 352 108

### Chamber of Commerce of the Czech Republic

Freyova 27/82, 190 00 Praha 9

e-mail: [office@komora.cz](mailto:office@komora.cz) • [www.komora.cz](http://www.komora.cz) • Tel: +420 296 641 111

### Czechinvest

(Agency to promote Investments in CZ) • [www.czechinvest.cz](http://www.czechinvest.cz)

**Czechtrade (Agency to promote trade)** • [www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz)

**Ministry of Industry and Trade** • [www.mpo.cz](http://www.mpo.cz)

### Trade Fairs

#### In Brno

[www.bvv.cz](http://www.bvv.cz) • Tel: +420 541 151 111

#### In Prague

[www.incheba.cz](http://www.incheba.cz) • Tel: +420 220 103 111

Brussels, 18<sup>th</sup> November 2004

## RUSSIA – **New Horizons** for European Business

**R**ussia, the largest country in the world, covering eleven time zones and home to a wide variety of natural resources is the physical embodiment of Europe's presence in Asia and is also one of the biggest global exporters of hydrocarbons. In addition to being an essential energy supplier to the European Union, Russia is also a permanent member of the United Nations Security Council.

The ambitions of Russia's recently re-elected President include the doubling of GDP before the end of 2010 and the implementation of a wide administrative reform program. Although this is an economy in transition, it is also, a State struggling to liberate itself from painful legacies. Despite this there is clear determination on behalf of the government to apply universally recognized standards in which the legal framework is defined, proclaimed and enforced.

However, regardless of its best intentions, Russia today remains a

complex continent and there is legitimate hesitation from the international private sector to invest - even if acknowledged success-stories of foreign investment exist.

The Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce for Russia and Belarus, under the leadership of Luc Willame (President) has as a mission to help contribute to business development in Russia. A number of initiatives are being set up to facilitate exchange between recognized experts, civil servants and business partners in Russia and the EU.

A forum will be organized in Brussels on 18th November 2004. Three main themes will be discussed; economy, investment climate and perspectives of the reform process in Russia. Various topics will be covered including the transition to modern industrial capacities, the practical dynamics of administrative reform and the pace of evolution towards the solidifying of the rule of law. Facts and figures from sectorial

and regional co-operation will be presented. Russian and EU speakers will have the opportunity to present their current experience and discuss their vision for the future.

Mr. Jean Lemierre (EBRD), Mr. Eneko Landaburu (EC), Mr. Igor Yurgens (RSPP-Russia) are among the speakers who accepted to participate.

Who is invited to attend? Decision-makers from the private sector, especially small and medium enterprises and professional federations and associations.

The initiative organized by the **Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce for Russia and Belarus** is supported by the Embassy of Russian Federation in Belgium, by officials from the European Institutions and from the European Bank for Reconstruction and Development. Russian and Belgian officials will also be associated with the event.

Registration venue: Hotel RENAISSANCE, Brussels ■

Should you require further information, please contact B&S,  
Ms Dominique Mestdag • Tel: +32 2 6476229 • e-mail: Dominique@bs

*Iddien fir äere Succès*

www. **BRAND** -ladenbau.lu

5365 Munsbach  
Tél. 31 28 85





# Un Vito pour chaque besoin.

Profitez des avantages sur les packs "Freezer" ou "Worker".

## Pack "Freezer"

- ▶ Cloison entière
- ▶ Kit frigorifique
- ▶ Batterie renforcée

## Pack "Worker"

- ▶ Cloison entière avec 1 fenêtre coulissante
- ▶ Banquette 2 convoyeurs
- ▶ Radio Audio 10 avec lecteur CD
- ▶ Prééquipement pour prise électrique de remorque

▶ Votre Vito devrait, votre Vito pourrait? Votre Vito vous offre tout ce dont vous avez besoin dans votre vie quotidienne. Technique de pointe, un moteur CDI économique, et un maximum de confort. Et tout ceci avec un équipement de série que nous vous proposons de combiner avec des packs avantageux à des prix très intéressants.

▶ Par exemple le fourgon combiné au pack "Worker" que vous pouvez compléter à votre goût ou le fourgon muni d'un équipement frigorifique complet (pack "Freezer").

▶ Votre concessionnaire Mercedes-Benz se fera un plaisir de vous aider à choisir le modèle qui répond le mieux à vos besoins.



Mercedes-Benz

[www.mercedes-benz.lu](http://www.mercedes-benz.lu)

Mercedes-Benz Esch S.A.  
190, route de Belvaux L-4026 Esch/Alzette  
Tél.: 55 23 23 -1

Mercedes-Benz Leudelange S.A.  
16, Zone d'Activités Am Bann L-3372 Leudelange  
Tél.: 26 37 26 -1

Garage Jean Wagner S.A.  
17, rue de l'Industrie L-9250 Diekirch  
Tél.: 80 23 23 -1

19-25 November 2004

## Luxembourg promotion week in **Kuwait, Qatar** and **United Arabs Emirates** (U.A.E.)



**T**he Luxembourg Chamber of Commerce will organise a promotion week in the Gulf Region. The mission will be led by Mr Jeannot Krecké, Minister of the Economy and of Foreign Trade and will visit Dubai, Doha, and Kuwait-

City. The Economies of these three countries are the most diverse and the most rapidly growing in the region. Whereas the U.A.E. is at a strategic location between Europe and the Far East, these countries provide access to a vast region covering the Gulf Cooperation Council (G.C.C.) States, North Africa, Central Asia and the Indian Sub-continent. The U.A.E. experienced tremendous growth over the last decade, averaging 7 % annually, with more growth yet to come. The construction boom which is taking place in this region have led the Ministry of the Economy and of Foreign Trade along with the Luxembourg Chamber of Commerce to set up a Luxembourg Pavilion at the Big 5 Exhibition at the Dubai International Exhibition Centre (November 20<sup>th</sup>-24<sup>th</sup> 2004). It

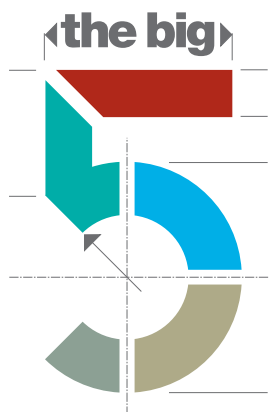
is the largest building and construction exhibition in the Middle East.

The geographical location of Kuwait makes it the gateway for Iraq and Iran markets, whereas Qatar, with its gas and oil reserves is eager to develop from a desert state into a modern and diversified economy state. Luxembourg companies may request business meetings with local companies in Dubai, Qatar and Kuwait-city. ■

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](mailto:viviane.hoor@cc.lu).

20-24 November 2004

## Luxembourg Pavilion at the Big 5



**T**he Big 5 is the largest trade show for the Construction industry in the Arabian Gulf. This trade fair is a unique event, combining five major exhibitions under one roof, featuring around 1,700 companies from 48 countries and is the most comprehensive event of the year for contractors and specifiers, architects, engineers and buyers throughout the GCC countries.

The Big 5 is the annual meeting place for all industry professionals.

More than 27,000 key buyers and decision-makers from the public and private sector attended the 2003 event, as well as architects, engineers, contractors and other specifiers.

Under the leadership of the Ministry of the Economy and of Foreign Trade and the Chamber of Commerce, twelve Luxembourg companies will exhibit their products and services to contractors, developers, importers and distributors of the Gulf Region. ■

23-24 novembre 2004

# Visite accompagnée au **Salon international de l'emballage à Paris**



**EMBALLAGE**  
WORLD PACKAGING EXHIBITION  
**2004**

**E**mballage est un des plus prestigieux salons du monde pour le thème de l'emballage industriel. Se déroulant tous les deux ans, la prochaine édition aura lieu du 22 au 26 novembre 2004 et mettra l'accent sur les thèmes suivants:

- Emballage industriel (métal, papier, carton, plastique, verre),
- Equipement pour le stockage et la manutention,
- Composants et accessoires d'emballages,

- Machines d'emballage,
- Composants de machines,
- Matières premières,
- Etiquettes,
- Lignes de conditionnement et système intégrés,
- Traitement des déchets.

«Emballage» attend quelque 2.500 exposants de 46 pays. La montée en puissance des participations asiatiques (Chine, Japon, Corée, Taiwan), du Moyen-Orient (Arabie, Saoudite, Egypte, Iran) et d'Europe de l'Est (Russie, Pologne, Hongrie, République Tchèque) confirme l'influence et le rang du salon au niveau mondial. Pendant la dernière édition plus de 106.000 visiteurs de 121 pays ont visité ce salon professionnel.

Afin de faciliter la visite de la foire pour les entreprises luxembourgeoises, le Département Inter-

national de la Chambre de Commerce organisera une visite accompagnée du 23 au 24 novembre. Le voyage sera effectué par autocar. Des chambres simples et des cartes d'entrée seront commandées par la Chambre de Commerce.

De plus, la Chambre de Commerce offre aux entreprises intéressées un soutien dans leur travail de préparation. La liste des exposants du salon «Emballage» peut être consultée sur le site web suivant: [www.emballageweb.com](http://www.emballageweb.com). Les entreprises peuvent sélectionner sur cette liste les exposants qui les intéressent et envoyer leur sélection au Département International de la Chambre de Commerce qui se chargera d'organiser les rendez-vous souhaités.

Les entreprises intéressées par une participation à la visite accompagnée sont invitées à contacter le Département International, Affaires Européennes par tél.: 42 39 39 372, par fax: 43 83 26 ou par e-mail: [europe@cc.lu](mailto:europe@cc.lu).

BUREAUX  
SANITAIRES  
REFECTOIRES  
SALLES DE CLASSES  
BOXES POUR CHEVAUX  
OCCASIONS, etc

besoin D'ESPACE ???  
**WWW.container.lu**

CONTIMPEX  
L-5368  
SCHUTTRANGE  
TEL: 35 69 48  
FAX: 35 80 09



3-6 février 2005

## Première édition du salon « **Tools & Technics Expo** » à Marche-en-Famenne

### **TOOLS & TECHNICS** Expo

**D**u 3 au 6 février 2005, le salon TOOLS & TECHNICS ouvrira pour la première fois ses portes aux visiteurs professionnels dans les palais du Wallonie Expo à Marche-en-Famenne. Présentant une gamme des produits autour des thèmes de l'outillage et des techniques professionnelles, le salon mettra l'accent sur les secteurs suivants:

- Abrasif
- Camion & Camionnette
- Carrelage
- Carrosserie
- Charpenterie

- Clouterie
- Colle
- Construction
- Electricité
- Elévateurs
- Forêt et jardin
- Mécanique
- Menuiserie
- Outillage électroportatif
- Peinture
- Pierre
- Plomberie
- Quincaillerie
- Remorque
- Vêtement de travail
- Visserie et clouterie
- Location outillage

Etant donné que le développement de l'outillage prend de telles proportions actuellement, que

l'existence de l'un ou l'autre outil spécifique est parfois ignorée du professionnel tandis qu'il pourrait améliorer sensiblement son travail, DO.ORGANIZATIONS, une société belge spécialisée dans l'organisation d'événements, et plus particulièrement des salons professionnels a décidé de rassembler les fabricants et distributeurs d'outillage au WEX à Marche-en-Famenne.

Situé dans un site moderne et multifonctionnel à Marche-en-Famenne au cœur de la Wallonie, le salon attendra des exposants et visiteurs des provinces wallonnes, de la région bruxelloise, de la Flandre ainsi que des pays frontaliers, principalement du Grand-Duché de Luxembourg, de la France et des Pays-Bas. ■

Les entreprises intéressées à visiter ou exposer peuvent obtenir de plus amples informations sur le salon à partir du site web suivant: [www.tools-technics.com](http://www.tools-technics.com) ou par téléphone: 0032 84 44 56 23, fax: 0032 84 44 56 28 ou e-mail: [info@tools-technics.com](mailto:info@tools-technics.com).

8-11 mars 2005

## **Air & Waste Treatment** China 2005 trade fair

**F**rom 8-11 March, 2005 the second international trade fair Air & Waste Treatment China 2005 trade fair (AW China 2005) will open the gates in Canton (Guangzhou). AW China 2005

will be held in conjunction with the biggest Chinese trade fair for Water industry "Water China 2005". Both events are organized by the China Foreign Trade Centre Group and MEREBO Messe Marketing being

in charge of the European participants.

The scope of exhibits comprise Waste gas treatment, Exhaust air treatment, Air & Waste Analysis, Waste collection & transport, Waste

disposal & recycling, Waste Management, Toxic waste treatment, Special transport vehicles, Mechanical-biological treatment.

AW China 2005 will take place in Asia's biggest venue, the Guangzhou International Convention & Exhibition Centre. MEREBO will

organize a European Pavilion dedicated to companies, associations, chambers and trade press from Europe. ■

For more information please contact:

MEREBO Messe Marketing, Phone: +49 40 6087 6926, Fax: +49 40 6087 6927,  
e-mail: [contact@merebo.com](mailto:contact@merebo.com), [www.merebo.com/AWC](http://www.merebo.com/AWC)

## Journées d'opportunités d'affaires

# Calendrier 2004

**A**fin 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. ■

DATE	PAYS	VILLE
20. oct	EMIRATS ARABES UNIS	ABU DHABI / DUBAI
28. oct	PAKISTAN & AFGHANISTAN	ISLAMABAD
24. nov	ALGERIE	ALGER
07. déc	NORVEGE	OSLO
13. déc	LETTONIE & ESTONIE & LITUANIE	RIGA

Pour tout renseignement supplémentaire concernant les journées d'opportunités d'affaires avec les attachés économiques et commerciaux, veuillez contacter Madame Sabrina Sagramola tél.: 42 39 39-334, e-mail: [sabrina.sagramola@cc.lu](mailto:sabrina.sagramola@cc.lu) ou Monsieur David Luty, tél.: 42 39 39-316, e-mail: [david.luty@cc.lu](mailto:david.luty@cc.lu).

## Portrait

# Bepolux:

## Belgium-Luxembourg-Polish Chamber of Commerce

**B**epolux, the Belgian-Luxembourg-Polish Chamber of Commerce, already exists since 1959 and takes actively part in establishing and maintaining trade relations between these three countries. It is a private organization

of companies, business men and women, with experience of trade with Poland. All of them can advise you, share their varied experience with you and help you to benefit from their network of contacts. Its main mission is focused on the pro-

motion of the Polish market in Belgium and Luxembourg and by priority the promotion of the Belgian and Luxembourg export to Poland. Bepolux organizes regularly activities and offers professional services adjusted to the needs of its mem-



bers and entrepreneurs interested in doing business with or in Poland. Being seated in Brussels – capital of Europe – the Chamber forms a direct link with various international organizations and institutions.

## ■ Activities

### Business Lunches

Business lunches are organized every last Thursday of the month. The speaker of the day informs the audience about his relations and experiences with the Polish Market. Visitors from Poland (Ministers, persons in charge of Voivodships or important companies) are also invited to take part in these lunches. The possibility is given to meet representatives from the commercial

section of the Embassy of Poland, as well as the regional representatives from the Chamber of Commerce.

Our next business lunches will take place on:

- Thursday October 28<sup>th</sup> (speaker: Ms Katarzyna Zajac, General Director of the European School of Law and Administration – ESLA).
- Thursday November 25<sup>th</sup>

### Seminars

Bepolux informs its members on a permanent basis by organizing high-quality, concise and specialized seminars in which all aspects of the Polish market are treated. Speakers: specialists from Belgium and Poland.

### Fairs and Manifestations

Bepolux organizes trade visits to Poland, helping Belgian and Luxembourg companies in establishing new contacts, finding business partners and promoting their products and services. Bepolux will expose at following fair in Poznan: Poleko (International Ecological Fair – Poznan: 16-19/11 – For more info: <http://poleko.mtp.pl/en>)

### Reception of Polish Delegations

The Chamber of Commerce receives regularly Polish delegations. It organizes for them individual meetings, company visits and gives logistic support. Bepolux helps in establishing contacts between the Polish guests and the European Commission or other International organizations. ■

For further information, please contact:

#### BEPOLUX

Researchdr, 60, 1070 Brussels • Tel.: ++32/2/559 94 42 • Fax: ++32/2/559 95 71

E-mail: [info@bepolux.be](mailto:info@bepolux.be) • Website: [www.bepolux.be](http://www.bepolux.be)

Mr Alain Douxchamps: [alain.douxchamps@ucb-group.com](mailto:alain.douxchamps@ucb-group.com)

Mr Jean-Marie De Baerdemaeker: [jmdb@pandora.be](mailto:jmdb@pandora.be)

Mr Johan Hayen: [johan.hayen@bepolux.be](mailto:johan.hayen@bepolux.be)

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](mailto:viviane.hoor@cc.lu).

MATERIEL ELECTRIQUE ■ APPAREILS ELECTRIQUES ■ APPAREILS DE MESURE  
ECLAIRAGE ■ SECURITE ■ AUDIO-VIDEO-SAT

**A.R.TECH.** SOCIETE ANONYME

L'ART DE LA TECHNOLOGIE

70, MILLEWEE • GASPERICH • BP 1044 • L-1010 LUXEMBOURG  
TEL. 49 33 33 • FAX 40 26 34 • E-mail [com@artech.lu](mailto:com@artech.lu)



# Signature d'un accord de coopération entre le CESE et Eurochambres



M. Roger Briesch, Président du CESE (gauche), et M. Christoph Leitzl, Président d'Eurochambres, lors de la signature de l'accord de coopération portant sur la Stratégie de Lisbonne.

**D**ans le cadre de la visite au Luxembourg de M. Christoph Leitzl, Président de l'Association des chambres de commerce et d'industrie européennes (Eurochambres), un accord de coopération a été signé à la Chambre de Commerce avec le Comité économique et social européen (CESE). L'accord signé par M. Leitzl et M. Roger Briesch, Président du CESE, porte sur l'intensification de la coopération dans la perspective de réaliser la stratégie de Lisbonne qui

a comme objectif de faire de l'Union européenne d'ici 2010 l'économie fondée sur la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde.

MM. Leitzl et Briesch estiment que cet objectif ne pourra être atteint que si les nombreuses annonces des différents gouvernements sont rapidement suivies d'actions, et si les forces économiques et sociales vives sont associées à tous niveaux aux efforts qui s'imposent.

Les deux présidents sont d'accord pour que le CESE et Eurochambres intensifient leur coopération et ajustent du mieux possible la complémentarité de leurs ressources à la réalisation des objectifs de la stratégie de Lisbonne. Dans cette perspective, le CESE et Eurochambres coopéreront prochainement à l'organisation d'une conférence portant sur les initiatives susceptibles de relancer l'emploi au niveau local et régional. ■

20 octobre 2004

## Construire en toute sécurité: **Symposium** et remise de récompenses



Avec le soutien de:



**D**ans le cadre de la semaine européenne pour la santé et la sécurité au travail, l'Inspection du Travail et des Mines, l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce, en collaboration avec le Groupement des

Entrepreneurs et l'Euro Info Centre – Luxembourg PME de la Chambre des Métiers organisent le symposium «Construire en toute sécurité» qui se déroulera le 20 octobre 2004 de 14.00 à 17.00 heures à la Chambre de Commerce.

Le constat ayant mené à la sélection de ce secteur est simple: l'amélioration des conditions de santé et de sécurité dans le secteur de la construction en Europe pourrait sauver plus de 1.300 vies chaque année et éviter 850.000 accidents graves.

Des experts nationaux viendront présenter l'état de la situation au Grand-Duché pour ce secteur particulièrement touché par les accidents et permettront de mettre en avant différentes méthodes pratiques à mettre en œuvre tant au stade de la préparation qu'au stade de la réalisation d'un chantier.

### Programme

(sujet à modifications)

- 14.30 – **Allocution d'Ouverture**  
M. Paul Weber,  
Directeur de l'ITM
- 14.40 – **Réglementation actuelle**  
M. Paul Weber, Directeur, Inspection du Travail et des Mines
- 15.00 – **Statistiques et causes des accidents du travail dans le secteur de la construction**  
Monsieur Claude Seywert,  
Ingénieur-chef de division  
Association d'Assurance contre les Accidents
- 15.20 – **Obligations des maîtres d'ouvrage: une politique de sécurité sur les chantiers**  
M. Dany Winbomont, Membre

de l'Association des Coordinateurs Santé Sécurité Luxembourg

- 15.40 – **Pause**
- 16.00 – **Les dossiers de sécurité: une stratégie pour les projets de construction**  
M. Christian Watté,  
Vice-Président Association des Coordinateurs Santé Sécurité Luxembourg
- 16.20 – **Philosophie de sécurité sur chantier du point de vue d'un maître d'ouvrage**  
Monsieur Norbert BEHM,  
Représentant C.F.L. – Service des Installations Fixes
- 16.40 – **Manutention de charges/Lombalgies: Conduites à tenir**  
Docteur Carlo Steffes, Médecin  
Chef de Division, Médecin  
Inspecteur du Travail  
Ministère de la Santé,  
Direction de la Santé au Travail
- 17.00 – **La «glasnost» au lieu de travail: une contribution à l'amélioration des conditions de travail**  
M. Claude Lorang, Directeur Adjoint, Inspection du Travail et des Mines
- 17.20 – **Conclusion et clôture**  
Monsieur François Biltgen,  
Ministre du Travail et de l'Emploi.
- 17.30 – **Cérémonie/Remise de trophées aux 6 lauréats**  
Le symposium a obtenu le soutien de l'Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail.

### ■ Remise de récompenses

En complément à ce symposium, Monsieur le Ministre François Biltgen

récompensera 6 entreprises ayant mis en place des actions méritoires pour améliorer les conditions de santé et de sécurité de leurs travailleurs.

**Entreprises lauréates:**

- Rénovation P. Bettendorf S.àr.l.
- Mutsch & Fils S.A.
- Randstad Interim S.A.

- Schindler S.àr.l.
- Soludec S.A.
- Tralux S.àr.l.



Pour de plus amples renseignements sur l'organisation pratique de la manifestation:  
Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce, e-mail: [eic@cc.lu](mailto:eic@cc.lu),  
tél.: 42 39 39-333/335, fax: 43 83 26. Personne de contact: M. François Nénon. Inscriptions sur [www.cc.lu](http://www.cc.lu).

## Bulletin de demande d'information

- A remplir en lettres majuscules -

Entreprise: \_\_\_\_\_

Nom: \_\_\_\_\_ Prénom: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_ Code postal, Localité: \_\_\_\_\_

Téléphone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_ http:// \_\_\_\_\_

Je souhaite recevoir un carton d'invitation au symposium «Construire en sécurité»  par courrier postal  par e-mail  
Je souhaite être tenu informé des activités similaires organisées à l'avenir  par courrier postal  par e-mail



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

Personne de contact: M. François Nénon

7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 Luxembourg • Tél.: 42 39 39-333/335 • Fax: 43 83 26 • E-mail: [eic@cc.lu](mailto:eic@cc.lu)

### Votre sécurité nous intéresse!

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



**Safetyconcept S.A.**

Tél. +352 26 59 69-1

Fax: +352 59 60 01

E-mail: [contact@safetyconcept.lu](mailto:contact@safetyconcept.lu)



**Safetyconcept**

Your security – our job!

[www.safetyconcept.lu](http://www.safetyconcept.lu)



29 novembre 2004

## Séminaire: **Optimiser la visibilité** de votre site web ou utiliser les dernières technologies?



**D**ans le cadre des activités de son Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI, le Département International de la Chambre de Commerce vous invite au séminaire «Optimiser la visibilité de votre site web ou utiliser les dernières technologies? Deux solutions compatibles et rentables!» qui sera organisé le lundi 29 novembre 2004 à 09.15 heures dans ses nouveaux locaux (7, rue Alcide de Gasperi à Luxembourg-Kirchberg).

### **Le référencement de votre site web...**

Cette manifestation rentre dans la continuité des séminaires «Promotion et référencement de sites web: enjeux et perspectives» et «Comment optimiser votre site pour le référencement?» organisés respectivement en mai 2003 et en juin 2004. Aujourd'hui, l'immense majorité des sites web sont créés sans tenir compte des contraintes dues au

référencement et aux moteurs de recherche: Flash, sites dynamiques, frames, JavaScript, etc.

Monsieur Olivier Andrieu, Editeur du site [www.abondance.com](http://www.abondance.com), parlera des erreurs à éviter, des technologies «à risques» pour le référencement et, plus globalement, des solutions à apporter pour voir votre site mieux pris en compte par les outils de recherche et acquérir ainsi une meilleure visibilité sur le web.

### **Des outils complémentaires pour une communication efficace...**

Une fois votre site web référencé, indexé, promu, visité, il est primordial de capter puis de garder les visiteurs. Des technologies sont disponibles pour se faire afin que l'électronique serve la relation commerciale mais avant tout humaine que vous essayez de tisser avec vos prospects.

Monsieur Laurent Vuillermoz, Directeur de la société Optimal Security S.à r.l., présentera les technologies de messagerie instantanée en mettant l'accent sur les aspects pratiques et les modes d'utilisation. Un nombre limité de comptes de messagerie sur le premier serveur officiel situé à Luxembourg sera offert aux participants. Un exemple pratique sera réalisé afin de démontrer qu'il est aussi possible d'échanger de la voix sur Internet via ce média de manière sécurisée et ce, sans avoir à payer le coût d'une

communication internationale téléphonique classique.

09.15 heures

Accueil des participants

09.30 heures

Mot de bienvenue

Madame Sabrina Sagramola, Gérant de l'EIC, Chambre de Commerce

09.45 heures

Comment ne pas être visible sur le Web et les moteurs de recherche? *Les erreurs à éviter, les technologies «à risques» pour le référencement, les solutions à prendre en compte.*

Monsieur Olivier Andrieu, Editeur du site [www.abondance.com](http://www.abondance.com)

11.45 heures

La messagerie instantanée: le complément idéal d'un site web? *Une fois votre site web référencé, indexé, promu, visité, il faut capter puis garder les visiteurs. Des technologies sont disponibles pour se faire afin que l'électronique serve la relation commerciale mais avant tout humaine que vous essayez de tisser avec vos prospects.* Monsieur Laurent Vuillermoz, Manager, Optimal Security S.à r.l.

12.15 heures

Clôture

Les frais de participation s'élèvent à 30,00 EUR par personne. Une facture vous sera envoyée dès réception de votre inscription. ■

Pour de plus amples renseignements sur l'organisation pratique de la manifestation:

Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce, e-mail: [eic@cc.lu](mailto:eic@cc.lu), tél.: 42 39 39-333/335, fax: 43 83 26. Personne de contact: M. François Nénon. Inscriptions sur [www.cc.lu](http://www.cc.lu).

## Bulletin de demande d'information

- A remplir en lettres majuscules -

Entreprise: \_\_\_\_\_

Nom: \_\_\_\_\_ Prénom: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_ Code postal, Localité: \_\_\_\_\_

Téléphone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_ http:// \_\_\_\_\_

Je souhaite recevoir une invitation au séminaire précité  par courrier postal  par e-mail

Je souhaite être tenu informé des activités similaires organisées à l'avenir  par courrier postal  par e-mail



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

Personne de contact: M. François Nénon

7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 Luxembourg • Tél.: 42 39 39-333/335 • Fax: 43 83 26 • E-mail: eic@cc.lu

## Piaste

# PIASTE – Projet Interrégional d'Amélioration à la **Sécurité** **au Travail** dans les Entreprises



**L**e projet PIASTE (Projet Interrégional d'Amélioration à la Sécurité au Travail dans les Entreprises) est une nouvelle initiative en matière de

santé et de sécurité au travail à destination des PME et des PMI de la province belge de Luxembourg, de la Lorraine et du Grand-Duché.

Il est destiné aux PME et PMI qui ne disposent pas de structure définie permettant de gérer les aspects de santé et de sécurité de leurs employés sur leur lieu de travail et qui souhaitent obtenir les bases permettant la mise en place d'un système de management de la santé/sécurité en s'inspirant des

expériences et du savoir-faire des entreprises luxembourgeoises, wallonnes et lorraines.

Les différentes initiatives décrites ci-dessous se déroulent tout au long de l'exercice 2004 et seront renouvelées en 2005.

PIASTE rassemble la Chambre de Commerce Grand-Duché de Luxembourg, et son Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI et les Chambre de Commerce et d'Industrie du Luxembourg belge (coordi-



nateur du projet) et son Euro Info Centre, de la Meurthe-et-Moselle, de la Meuse et de la Moselle.

PIASTE a obtenu le soutien du Fonds Européen pour le Développement Régional.

## ■ Formation

Le premier élément du projet PIASTE est la mise en place d'une formation de base permettant de sensibiliser les responsables d'entreprises aux enjeux humains, financiers, organisationnels et stratégiques de la santé/sécurité au travail.

Sur le territoire grand-ducal, la formation, composée de 8 modules, s'est déroulée les 3 et 10 mai 2004 au sein de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce ([www.ifcc.lu](http://www.ifcc.lu)). Avec le soutien de l'Inspection du Travail et des Mines ([www.itm.etat.lu](http://www.itm.etat.lu)) et du Service de Santé au Travail Multisectoriel ([www.stm.lu](http://www.stm.lu)), la Chambre de Commerce et son EIC ont mis en place une formation destinée spécifiquement au secteur du commerce de gros.

Pour sa première année, cette formation a rassemblé 12 participants autour des thèmes suivants:

- Module 1:  
Cadre légal
- Module 2:  
Analyse, évaluation et prévention des risques
- Module 3:  
ITM et STM – Vos partenaires au Luxembourg
- Module 4:  
Les populations sensibles
- Module 5:  
Le risque manutention et posture
- Module 6:  
Droit du détachement
- Module 7:  
Les systèmes de gestion de la SST
- Module 8:  
Organisation des premiers secours

## ■ Visites: les rendez-vous sécurité transfrontaliers



«Les rendez-vous sécurité transfrontaliers» constituent le second volet du projet PIASTE. Partant du principe que l'expérience des uns peut bénéficier aux autres, le but de ces rendez-vous est de mettre en commun et de diffuser les bonnes pratiques en matière de santé/sécurité des entreprises régionales.

A tour de rôle, des entreprises de la province belge du Luxembourg, de Meuse, de Meurthe-et-Moselle, de Moselle ainsi que du Grand-Duché de Luxembourg ouvriront leurs portes afin de montrer comment elles intègrent la santé/sécurité dans leurs activités et assurent ainsi de bonnes conditions de travail à leurs employés.



Deux visites ont été effectuées au cours du premier semestre 2004: l'une au sein de l'entreprise Ampacet à Messancy (B), l'autre dans les installations de Sollac à Florange (F).

La société Ampacet a accueilli une cinquantaine de visiteurs venus des pays voisins le vendredi 7 mai dernier. La présentation de politique sécurité de l'entreprise et la visite technique des installations a permis de mettre en avant les mesures mises en place en matière de suivi des accidents de travail et de l'élaboration des consignes en matière de port des équipements de protection individuelle (EPI).

Le 14 juin dernier, la société Sollac a quant à elle proposé une visite et un exposé basé sur les exigences en matière de santé et de sécurité imposées à ses sous-traitants. Autour d'un auditoire d'une cinquantaine de personnes, le groupe a pu visiter le laminoir à froid, le recuit ainsi que la ligne de galvanisation.



## ■ Accompagnement

Le troisième pilier du projet PIASTE est l'accompagnement individuel offert aux entreprises. Des professionnels se déplacent directement dans les locaux de l'entreprise afin d'aider, concrètement, la personne responsable à



identifier les zones d'amélioration et à mettre en place les premiers éléments d'une démarche santé/sécurité:

- approche personnalisée au cas bien déterminé d'une entreprise
- accompagnement effectué par des professionnels
- aide à la mise en œuvre des informations apprises lors de la phase de formation
- stimulation afin d'obtenir des améliorations concrètes et mesurables

Cette possibilité d'accompagnement sera proposée aux entreprises ayant suivi la formation et/ou aux personnes en faisant la demande (selon disponibilités des ressources).

#### ■ Outils disponibles

Le dernier volet du projet PIASTE consiste en la constitution d'une source documentaire basée sur les différents éléments développés au cours des phases de formation, de visite et d'accompagnement du projet:

- réalisation d'un CD support de la formation «Commerce de gros»
- sources d'informations nationales, régionales, européennes et mondiales
- via les sites web et publications des partenaires
- pour toutes les entreprises n'ayant pas pris part aux phases antérieures. ■

Le CD est disponible gratuitement sur simple demande auprès de l'Euro Info Centre qui se tient également à disposition pour fournir de plus amples informations sur le projet PIASTE:  
tél.: 42 39 39-333/335,  
fax: 43 83 26 ou  
e-mail: eic@cc.lu.

L'équipe EIC reste également à votre disposition pour vous rendre visite ou pour vous recevoir dans ses locaux.

Personne de contact:  
M. François Nénon.

## Le projet PIASTE chez nos voisins

### Chambre de Commerce et d'Industrie du Luxembourg Belge

(coordinateur du projet)

Grand Rue 1 • B-6800 Libramont

Tél.: +32/61 29 30 45

Fax: +32/61 29 30 69

E-mail: am.barbette@ccilb.be

Site: www.ccilb.be

Personne de contact: Madame Anne-Michèle Barbette

### Chambre de Commerce et d'Industrie de la Meuse

Actipôle Verdun Sud

Rue Robert de Cotte • F-55100 Verdun

Tél.: +33/3 29 86 87 11

Fax: +33/3 29 86 21 75

E-mail: cgineste@meuse.cci.fr

Site: www.meuse.cci.fr

Personne de contact: Monsieur Cédric Gineste

### Chambre de Commerce et d'Industrie de la Meurthe-et-Moselle

53, rue Stanislas • F-54042 Nancy Cedex

Tél.: +33/3 82 24 40 58

Fax: +33/3 82 23 85 73

E-mail: jexner@nancy.cci.fr

Site: www.nancy.cci.fr

Personne de contact: Monsieur Jean Exner

### Chambre de Commerce et d'Industrie de la Moselle

10-12, avenue Foch • F-57016 Metz Cedex 01

Tél.: +33/3 87 52 31 84

Fax: +33/3 87 51 31 98

E-mail: obertrand@moselle.cci.fr

Site: www.moselle.cci.fr

Personne de contact: Monsieur Olivier Bertrand



## Bulletin de demande d'information

- A remplir en lettres majuscules -

Entreprise: \_\_\_\_\_

Nom: \_\_\_\_\_ Prénom: \_\_\_\_\_

Fonction: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_ Code postal, Localité: \_\_\_\_\_

Téléphone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_ http:// \_\_\_\_\_

Je souhaite recevoir le CD santé/sécurité dans le secteur du commerce de gros:  oui  non

Je souhaite rencontrer un collaborateur de la Chambre de Commerce pour discuter de projets de santé/sécurité:  
 dans nos locaux  à la Chambre de Commerce

Je souhaite être tenu informé des activités similaires organisées à l'avenir  par courrier postal  par e-mail

**Chambre de Commerce**  
**Département International – Affaires européennes**  
**Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI**

Personne de contact: M. François Nénon

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

Er ist zufrieden mit seinem Computerpartner...



**JOHANNNS**  
D@TENTECHNIK

### Sie suchen...

- ✓ einen zuverlässigen EDV- Partner
- ✓ den schnellsten Problemlöser
- ✓ 24 Stunden Service
- ✓ die besten IT- Produkte

Westpark 9 - 54634 Bitburg - Tel. +49 6561 670444

## Directives et règlements publiés du 10 août – 15 septembre 2004

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.

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 10 août – 15 septembre 2004

1	2004/87/CE	
	2004/88/CE	Produits cosmétiques
2	98/20/CE*	Limitation de l'exploitation des avions

### Règlements publiés du 10 août – 15 septembre 2004

3	993/2001*	Code des douanes communautaire
4	1293/2004*	Régime pécuniaire des membres de la Cour des comptes
5	1427/2004	Marché vitivinicole - code communautaire des pratiques
	1428/2004	et traitements œnologiques
6	1450/2004	Production et développement de statistiques communautaires d'innovation
7	1458/2004(*)	Processus de Kimberley – commerce international
	1474/2004	des diamants bruts
8	1488/2004	Mesures restrictives à l'égard du Zimbabwe
9	1478/2004	Mesures restrictives à l'égard du Liberia
	1489/2004	
10	1496/2004	Importations de certains accessoires de tuyauterie
11	1498/2004	Certificats d'exportation dans le secteur de la viande de volaille
12	1504/2004	Contrôles des exportations de biens et technologies à double usage
13	1506/2004	Valeur en douane de certaines marchandises périssables
	1576/2004	
14	1516/2004	Mesures restrictives à l'égard du Soudan
15	1517/2004	Mesures restrictives instituées à l'encontre de la Birmanie/du Myanmar
16	1540/2004	Début de la période pour certains paiements
17	1558/2004	Nomenclature tarifaire et statistique et au tarif douanier commun
18	1559/2004	Classement de certaines marchandises dans la nomenclature combinée
19	1566/2004	Restrictions applicables aux relations économiques et financières avec l'Iraq
20	1567/2004	Mesures restrictives à l'égard de la République démocratique du Congo

\* Rectificatif au document concerné

## 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  14  15  16

17  18  19  20

### Chambre de Commerce

Département International – Affaires européennes

Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI

Personne de contact: M. Niels Dickens

7, rue Alcide de Gasperi • Luxembourg/Kirchberg

Adresse postale: L-2981 Luxembourg

Tél.: 42 39 39-333 • Fax: 43 83 26

E-mail: eic@cc.lu

# L'élargissement

## en bref

### • Commission européenne:

La personne responsable pour l'élargissement continue de l'UE au sein de la nouvelle Commission européenne sera le finlandais Olli Rehn. Il succède à Günter Verheugen qui a repris le poste «Entreprises et industrie». Monsieur Rehn sera responsable pour les quatre pays candidats actuels (la Bulgarie, la Croatie, la Roumanie et la Turquie) ainsi que pour les Pays des Balkans d'Ouest, à savoir l'Ancienne République Yougoslave de Macédoine (qui a déjà déposé sa demande formelle d'adhésion), l'Albanie, la Bosnie-Herzégovine et la Serbie et Monténégro. Les pays tels que la Biélorussie, l'Ukraine et la Moldavie seront de la responsabilité de Madame Benita Ferrero-Waldner (Relations extérieures). Elle sera également en charge de la Russie.

### • Nouveaux Etats membres:

L'ECAS (European Citizens Action Service) a publié un rapport qui montre que la grande migration des travailleurs en recherche d'emploi en provenance des nouveaux

pays candidats après le 1<sup>er</sup> mai dernier ne s'est pas produite. Le rapport intitulé «Enlargement and free movement of people: Are the restrictions justified?», répond à cette question avec un ferme «non». Selon l'ECAS, les mesures transitoires relatives à la libre circulation des travailleurs sont à peine justifiées et mènent à la discrimination et au traitement illégal des citoyens des nouveaux Etats membres.

### • Roumanie:

La BERD prête € 10 millions à la «Raiffeisen Bank Romania» pour pouvoir satisfaire à la demande croissante des entrepreneurs roumains locaux pour financer la construction, la modernisation et l'agrandissement de leurs entreprises. Les prêts accordés aux entrepreneurs peuvent s'élever à € 250.000,-.

### • ARYM:

Selon un nouveau document de la BERD, l'Ancienne République Yougoslave de Macédoine fait des progrès continus en ce qui concerne la transformation de son économie en une économie de marché. Par contre, l'incertitude politique, les réformes structurelles lentes, la bureaucratie et la corruption ralentissent la croissance potentielle. La BERD est l'investisseur le plus important en Macédoine. En collaboration avec des partenaires institutionnels

et privés, elle a investi plus de € 327 millions dans 24 projets différents.

### • Norvège:

Il y a un revirement d'opinion publique des Norvégiennes contre l'adhésion à l'UE. Une étude récente montre que 45 % des Norvégiennes sont contre l'adhésion de la Norvège à l'UE, tandis que 42 % y sont favorables. Lors des référendums de 1972 et 1994, la population de la Norvège a déjà voté contre la participation à l'UE. Cependant le nombre des partisans avait augmenté lors des dernières années. Ces derniers souhaitent d'ailleurs organiser un nouveau référendum après les élections générales de septembre 2005.

### • Albanie:

Monsieur Jean Lemierre, Président de la BERD a visité l'Albanie afin de rencontrer des personnes clés politiques et économiques. Un accord est prévu pour aider l'industrie albanaise de ciments. Ceci pour satisfaire à la demande croissante du pays et pour réduire sa dépendance à l'importation du ciment. De plus, il y a trois mois un prêt de € 40 millions avait déjà été accordée à «Korporata Elektroenergjetike Shqiptare», le service public d'électricité, pour améliorer la distribution d'électricité aux habitants et aux entreprises de l'Albanie. ■



# Aux Pays-Bas les pièces de 1 et 2 cents disparaissent des **paiements quotidiens**

**D**epuis le 1<sup>er</sup> septembre 2004, les détaillants aux Pays-Bas arrondissent, lors d'un paiement au comptant, le montant total à payer à la caisse au multiple de 5 cents le plus proche. En pratique, ceci veut par exemple dire qu'un montant total de € 24,98 est arrondi à € 25,00, et un montant de € 24,97 à € 24,95. Par conséquent, les pièces de 1 et 2 cents disparaissent progressivement des paiements quotidiens des Néerlandais.

La décision d'arrondir aux 5 cents a été prise après qu'un essai a été organisé du 26 avril au 6 juin 2004 dans la ville de Woerden. Plus de 150 magasins ont participé à cet

essai. Pendant la période d'essai, plus de 150 magasins ont arrondi leurs montants qui figuraient sur le ticket de caisse. La plupart des consommateurs y réagissaient d'une manière positive.

La justification de ces arrondis des montants finaux se trouve dans le fait que tant les consommateurs que les détaillants néerlandais ont estimé que l'utilisation des pièces de 1 et 2 cents n'est pas pratique. Des études ont montré que le temps d'attente à la caisse diminue significativement, en cas d'un arrondi tel que celui appliqué aux Pays-Bas. De plus, les dépôts de pièces à la banque par les commerçants sont

également rendus plus faciles. Selon ces mêmes études, les commerçants économiseront 30 millions d'euros par an en ce qui concerne les coûts liés aux paiements.

Bien qu'il ne soit pas obligatoire d'arrondir les montants totaux, la plupart des magasins participent à l'action. Des autocollants à l'entrée des magasins indiquent qu'un commerçant arrondit ses prix. Les pièces 1 et 2 eurocents restent cependant un moyen de paiement légal. Les consommateurs qui le souhaitent peuvent donc continuer à payer les montants exacts. Les transactions non effectuées en espèces ne font pas l'objet d'arrondis. ■

## Dialogue avec les citoyens

# Nouveau portail Internet **pour mieux informer** les citoyens de l'UE

**L**a Commission européenne a lancé un nouveau portail «Dialogue avec les citoyens» qui fournit des informations claires sur la façon dont les citoyens peuvent exercer leurs droits dans l'UE, et qui sont disponibles dans les 20 langues officielles. Le site contient des guides relatifs à dix domaines de la législation de l'UE et plus de 1.300 fiches multilingues imprimables contenant des conseils pratiques.

L'adresse du site est:  
<http://europa.eu.int/citizensrights/>

Le nouveau site donne accès à une série de guides énumérant les droits et possibilités dans l'ensemble de l'UE. Parmi les sujets, on peut citer: vivre, travailler, étudier et voyager dans un autre pays de l'UE; acheter des biens et des services dans l'UE; l'égalité des chances, la protection des données, la résolution des litiges transfrontaliers dans le domaine des services financiers. Il existe également un résumé des dispositions transitoires relatives à la libre circulation des travailleurs venant des nouveaux États membres ou s'y rendant;



un plus grand nombre d'informations sera bientôt ajouté.

Afin de donner des informations plus précises, le site fournit, pour



chacun des 15 «anciens» États membres, près de 1.300 «fiches nationales» en anglais, en français, en allemand et dans la langue de l'État membre concerné. Les utilisateurs sélectionnent un domaine, par exemple: emploi, protection des consommateurs ou études dans un autre pays de l'UE, puis un sujet plus spécifique tel que «comment trouver du travail», «ouvrir

un compte en banque» ou «enseignement supérieur», et le pays qui les intéresse. Le site diffuse des informations sur la législation au niveau européen et dans l'État membre concerné, ainsi que des conseils sur les démarches pratiques à entreprendre.

Une série d'adresses, de numéros de téléphone et de ressources en ligne utiles dans les États mem-

bres est également disponible sur le site de sorte que les utilisateurs peuvent agir rapidement en suivant le conseil donné. Il existe également des liens avec d'autres services de la Commission spécialisés dans le conseil et l'information.

*(communiqué par  
la Représentation de la Commission  
européenne au Luxembourg) ■*

## Adhésion de la Communauté européenne au Protocole de Madrid:

# Vers une **protection** **plus large** des marques

**L**e Conseil a adopté une décision relative à l'adhésion de la Communauté européenne au Protocole de Madrid sur les marques internationales qui permettra aux entreprises titulaires d'une marque européenne de la faire protéger au niveau international via une seule procédure d'enregistrement.

Le but de cette adhésion est d'offrir aux entreprises la possibilité d'obtenir un enregistrement international sur la base d'une marque communautaire, ainsi que la possibilité d'obtenir une marque communautaire sur la base d'un dépôt international. Un tel système per-

mettra de réduire les coûts résultant de l'enregistrement et de simplifier la gestion administrative.

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2004, le lien entre le système communautaire et le système de Madrid est en place. C'est la toute première fois que la Communauté européenne devient membre d'un traité international dans le cadre de l'OMPI (Organisation mondiale de la propriété intellectuelle).

Ce lien permettra aux titulaires de marques communautaires déposées ou enregistrées d'étendre leur protection aux territoires des 61 pays signataires du Protocole de Madrid.

Une entreprise établie dans l'UE pourra désigner dans sa demande d'enregistrement international des pays comme les Etats-Unis, la Chine et l'Australie. Si la marque communautaire sert de base à la demande internationale, l'OHMI devra, en tant qu'office d'origine, vérifier que les deux marques sont identiques et transmettre la demande internationale à l'OMPI.

D'autre part, la CE pourra être désignée dans les nouvelles demandes internationales à compter de la date d'accession. En désignant uniquement la CE, on pourra couvrir 25 Etats en une fois. ■

Pour de plus amples informations sur le Protocole de Madrid, nous vous prions de consulter le site web de l'OMPI ([www.wipo.int/madrid/fr/index.html](http://www.wipo.int/madrid/fr/index.html)) ou de vous adresser à l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI – Chambre de Commerce (Téléphone: 42 39 39-333 • Fax: 43 83 26 • E-mail: [eic@cc.lu](mailto:eic@cc.lu)).

9 novembre 2004

# Première édition du **Salon** **des Bonnes Pratiques**

**L**e 9 novembre 2004 aura lieu de 10h à 18h au 29, avenue J. F Kennedy à Luxembourg-Kirchberg la première édition du Salon des Bonnes Pratiques, un nouvel événement organisé par le Centre de Recherche Public Henri Tudor, avec le soutien du Fonds Européen de Développement Régional.

A l'heure où le «benchmarking» (se comparer pour s'améliorer) devient une pratique courante dans la recherche d'accroissement des performances de toute organisation, ce salon est une occasion unique de mettre en commun des retours d'expérience issus de divers secteurs d'activité.

Le Salon des Bonnes Pratiques entend offrir aux entreprises un lieu



unique d'échange sur les problématiques d'amélioration qui les intéressent. Afin de répondre correctement aux besoins des entreprises, le CRP Henri Tudor a choisi de lancer au préalable une étude de besoins, afin de donner aux entreprises l'occasion de préciser leurs attentes face à un tel événement. Les retours sont tous très positifs et il semble que ce nouvel événement corresponde

déjà, par son positionnement «pratique» aux attentes des entreprises. Les problématiques abordées toucheront, selon le souhait des entreprises, tous les niveaux organisationnels de l'entreprise: les aspects commerciaux et marketing, la qualité, la production...

Les entreprises qui ont choisi d'exposer sur le Salon des Bonnes Pratiques ont accepté de mettre en avant les équipes qui ont concrètement réalisé les projets d'amélioration. Ils pourront ainsi partager leur expérience et leur savoir-faire. Ils exposeront leur projet selon le schéma suivant: de l'identification du problème en passant par les difficultés rencontrées, jusqu'aux améliorations concrètement obtenues. ■

Pour tout renseignement: Axelle Seichepine (Axelle.seichepine@tudor.lu)  
ou Rémi Fabbri (rémi.fabbri@tudor.lu),  
Centre de Recherche Public Henri Tudor  
(Technoport Schlassgoart, 70 rue de Luxembourg, L-4221 Esch-sur-Alzette),  
tél.: +352/54 55 80 500, fax: +352/54 55 80 501, web: www.tudor.lu

**WIRTSCHAFTSAUSKUNFTE  
FORDERUNGSEINZUG**

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

**RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX  
RECouvreMENT DE CRÉANCES**

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

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

seit/dépuis 1879

**Creditreform**

Unternehmen Sie nichts ohne uns



# Adhésion des Etats membres: en matière

L'adhésion des dix nouveaux Etats membres<sup>1</sup> le 1<sup>er</sup> mai 2004 a entraîné de multiples changements au niveau de la TVA pour les assujettis luxembourgeois, qui au 1<sup>er</sup> mai 2004 entretenaient des relations commerciales avec des ressortissants des nouveaux pays. Passage en revue des changements les plus importants.

En pratique les changements en matière de TVA sont intervenus avec effet au 1<sup>er</sup> mai 2004 et concernent les livraisons de biens et les prestations de services qui sont facturés à partir de cette date.

### Les exportations qui sont devenues des livraisons intracommunautaires

Depuis le 1<sup>er</sup> mai 2004, les livraisons de biens vers les nouveaux Etats membres ne représentent plus des exportations de biens mais des livraisons intracommunautaires. Même si ces livraisons peuvent continuer à être exonérées de la TVA luxembourgeoise, certaines formalités doivent néanmoins être respectées au niveau de la facturation,

des états récapitulatifs et des relevés Intrastat à la sortie.

Ainsi l'exonération de la TVA luxembourgeoise est dorénavant subordonnée à la mention du numéro d'identification (n° ID) du client étranger sur la facture. En l'absence d'un numéro d'identification, le fournisseur luxembourgeois doit en principe appliquer la TVA luxembourgeoise.

Mais il n'est pas à exclure qu'il y ait encore dans les nouveaux Etats membres, des assujettis qui ne disposent pas d'un numéro d'identification. Dans un tel cas, il est conseillé au fournisseur luxembourgeois de demander au client une preuve qu'il est assujéti à la TVA dans son pays et que le client y a demandé la délivrance d'un numéro d'identification.

Cette preuve devrait suffire pour pouvoir justifier l'exonération de la TVA au Luxembourg.

Le fournisseur luxembourgeois doit également renseigner les livraisons intra-communautaires vers les nouveaux Etats membres dans son état récapitulatif trimestriel.

En ce qui concerne les *ventes de voitures* d'occasion par un assujéti luxembourgeois à des particuliers originaires des nouveaux Etats membres, l'exonération de la TVA n'est plus donnée. Ainsi ces ventes sont à soumettre obligatoirement à la TVA luxembourgeoise, ce qui peut évidemment constituer un avantage lorsque le taux de TVA luxembourgeois est moins élevé que celui du pays de l'acquéreur.

### NOTES

1) Chypre, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Malte, Pologne, République Tchèque, Slovaquie, Slovénie

# dix nouveaux

# Conséquences

# de TVA

Par contre, les ventes de voitures d'occasion à des assujettis originaires des nouveaux Etats membres sont exonérées de la TVA luxembourgeoise, sous condition que le numéro d'identification du client soit mentionné sur la facture.

## Les importations qui sont devenues des acquisitions intracommunautaires.

A partir du 1<sup>er</sup> mai 2004 les biens acquis par des assujettis luxembourgeois dans les nouveaux Etats membres ne sont plus considérés comme des importations mais comme des acquisitions intracommunautaires de biens. Par conséquent, ils sont également à renseigner sur les relevés Intrastat à l'entrée.

## Les services prestés à partir du Luxembourg qui ne sont plus exonérés de la TVA.

Contrairement aux livraisons de biens qui, sous certaines conditions, sont encore exemptées de la TVA luxembourgeoise en tant que livraisons intracommunautaires, certains services prestés aux ressortissants des nouveaux Etats membres ne peuvent plus bénéficier de l'exonération de la TVA communautaire.

Tel est notamment le cas pour le *transport* de biens à destination ou en provenance des nouveaux Etats membres, le *travail effectué au*

*Luxembourg sur un bien meuble corporel* qui est expédié vers un nouvel Etat membre après que le travail ait été effectué et les *commissions d'intermédiaires* en relation avec les ventes de biens à destination des nouveaux Etats membres.

Pour ces services, l'imposition est à opérer dans le pays du client lorsque son numéro d'identification est mentionné sur la facture. Dans ce cas le débiteur de la taxe n'est pas le prestataire de service luxembourgeois mais son client qui doit taxer le service dans son pays (reverse charge mechanism)

Une société de transport luxembourgeoise peut ainsi facturer sans TVA luxembourgeoise ses transports vers les nouveaux Etats membres, à la condition que le numéro d'identification du client étranger (établi dans un autre Etat membre) soit mentionné sur la facture. En l'absence d'un numéro d'identification, le transporteur luxembourgeois doit appliquer la TVA luxembourgeoise si le lieu de départ du transport se situe au Luxembourg.

Au niveau des prestations de services, tels qu'ils sont définis à l'article 9.2.e) de la 6<sup>e</sup> directive (prestations des professions libérales, publicité, location de biens meubles corporels, prestations de télécommunication, mise à disposition de personnel, opérations ban-

caires, etc.) la TVA luxembourgeoise est dorénavant applicable lorsque le client qui est établi dans un des nouveaux Etats membres n'est pas immatriculé à la TVA dans son pays.

Par contre, lorsque ces services sont fournis à un assujetti d'un nouvel Etat membre, ils continuent à être exonérés de la TVA luxembourgeoise si le client étranger fournit au prestataire luxembourgeois son numéro d'identification, qui est à mentionner sur la facture.

## Les services en provenance des nouveaux Etats membres qui ne sont plus exonérés de la TVA

Certains services acquis auprès de prestataires originaires des nouveaux Etats membres ont depuis le 1<sup>er</sup> mai 2004 perdu leur exonération et sont maintenant à soumettre à la TVA luxembourgeoise au niveau du client luxembourgeois.

Ainsi, la *commission d'intermédiaire* versée par un assujetti luxembourgeois à un intermédiaire qui est établi dans un nouvel Etat membre pour la vente qu'il y réalise est maintenant à soumettre à la TVA luxembourgeoise dans le chef de l'assujetti luxembourgeois (reverse charge mechanism) lorsque le numéro d'identification de l'assujetti luxembourgeois est mentionné sur la facture. Par contre, si le numéro d'identification



n'est pas mentionné sur la facture, la taxation est à opérer dans le nouvel Etat membre où la vente a été réalisée.

La TVA luxembourgeoise est également d'application dans le chef du client luxembourgeois assujéti à la TVA pour les *transports de biens* en provenance ou à destination d'un nouvel Etat membre et pour les *travaux effectués sur un bien meuble corporel* dans un nouvel Etat membre, sous condition que le bien quitte l'Etat membre après le travail.

Dans ces cas la TVA luxembourgeoise doit être renseignée dans la déclaration comme taxe due par le preneur, mais elle peut évidemment être déduite en amont dans la même déclaration selon les règles de déduction habituelles.

Au niveau des *prestations de l'article 9.2.e*) (prestations des professions libérales, publicité, location de biens meubles corporels, prestations de télécommunication, mise à disposition de personnel, opérations bancaires etc.) qui sont acquises auprès de prestataires originaires des nouveaux Etats membres, la TVA étrangère est maintenant d'application si le preneur de service luxembourgeois n'est pas immatriculé à la TVA au Luxembourg.

Pour les preneurs assujéti à l'élargissement reste par contre sans incidence, du fait que ces services étaient déjà taxables au Luxembourg avant le 1<sup>er</sup> mai 2004. Dans ce cas, le prestataire a cependant l'obligation de mentionner le numéro d'identification du client luxembourgeois sur la facture pour justifier l'exonération dans son pays.

### Les répercussions de l'élargissement sur le secteur bancaire

Au niveau des banques, l'élargissement a une incidence négative au niveau du calcul du prorata de déduction du fait que depuis le 1<sup>er</sup> mai 2004 les revenus bancaires exonérés de la TVA luxembourgeoise qui sont

générés dans les dix nouveaux Etats membres ne donnent plus droit à la déduction de la TVA en amont. D'un point de vue technique, ces revenus ne sont plus à inclure dans le numérateur de la fraction servant au calcul du prorata de déduction. Une diminution du prorata de déduction en est la conséquence logique.

En pratique, le prorata de déduction de l'année 2004 qui est à déterminer au 31 décembre 2004, comprendra donc encore au numérateur les revenus provenant des dix nouveaux Etats membres pour la période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 avril, alors que pour la période restante de l'année, ils ne seront plus à prendre en considération au numérateur.

D'autre part, les banques luxembourgeoises doivent depuis le 1<sup>er</sup> mai 2004 appliquer la TVA luxembourgeoise sur les services soumis à la TVA (DDG, gestion de fortune, etc.) lorsque les clients sont originaires des nouveaux Etats membres et ne sont pas assujéti à la TVA dans leur pays.

Comme c'est la date de la facture qui est à prendre en considération pour déterminer si ce sont les anciennes ou les nouvelles règles qui sont à appliquer, il n'y a pas lieu, par exemple, de proratiser les commissions qui couvrent une période à cheval sur le 1<sup>er</sup> mai 2004. Par contre, il y a lieu de tenir compte des nouvelles règles pour toutes les factures qui sont émi-

ses à partir du 1<sup>er</sup> mai 2004. Les factures émises avant cette date suivent les anciennes règles applicables avant l'élargissement.

### Les possibilités de redresser des erreurs constatées depuis le 1<sup>er</sup> mai 2004

Il n'est pas exclu que des erreurs avaient été commises lors de l'introduction de ces nouvelles règles.

Lorsque la TVA luxembourgeoise n'a pas été appliquée alors qu'elle aurait dû l'être, il est possible de redresser l'erreur en émettant une note de crédit pour annuler la facture erronée et une nouvelle facture qui tient compte de la nouvelle situation en matière de TVA.

Vu le caractère provisoire des déclarations mensuelles et trimestrielles, les erreurs constatées peuvent être redressées au niveau de la déclaration annuelle de l'année 2004.

En ce qui concerne les états récapitulatifs du 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestre 2004, les redressements nécessaires peuvent être opérés au niveau de l'état récapitulatif du 4<sup>e</sup> trimestre 2004 en utilisant la partie III de l'état qui est réservée à la modification des états précédents.

Puisque le prorata de déduction des banques est seulement calculé au 31 décembre 2004, les erreurs constatées ne nécessitent pas un redressement au niveau du calcul en question. ■

### CONFIGURATION DES NUMÉROS D'IDENTIFICATION ET TAUX DE TVA APPLICABLES DANS LES NOUVEAUX ETATS MEMBRES

Etat Membre	Numéro d'identification	Taux normal	Taux réduit
Chypre	CY + bloc de 1 lettre et 8 chiffres	15 %	5 %
République tchèque	CZ + bloc de 8, 9 ou 10 chiffres	22 %	5 %
Estonie	EE + bloc de 9 chiffres	18 %	5 %
Hongrie	HU + bloc de 8 chiffres	25 %	12 %
Lituanie	LT + bloc de 9 ou 12 chiffres	18 %	5 % ou 9 %
Lettonie	LV + bloc de 11 chiffres	18 %	9 %
Malte	MT + bloc de 8 chiffres	15 %	5 %
Pologne	PL + bloc de 10 chiffres	22 %	7 %
Slovénie	SI + bloc de 8 chiffres	20 %	8,5 %
République slovaque	SK + 9, 10 ou 12 chiffres	19 %	-

Thierry Fleming (tél.: 45123-339, e-mail: [thierry.fleming@bdo-cf.lu](mailto:thierry.fleming@bdo-cf.lu))  
Raymond Kieffer (tél.: 45123-212, e-mail: [raymond.kieffer@bdo-cf.lu](mailto:raymond.kieffer@bdo-cf.lu))



# Elle aime bien les défis...

Une initiative de l'INFC, 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 prendre son avenir en main

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](http://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  
INFC  
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

# Un intranet pour



*Le service formation utilise l'Intranet pour développer les capacités et les compétences du personnel.*

# formation, faire quoi?



**A** plusieurs reprises, au cours des précédents articles, nous avons vu l'importance qu'il y a, pour un service formation, à bien communiquer avec ses clients internes. Aussi, lorsque le responsable formation dispose, dans son entreprise, d'un outil tel que l'intranet, il ne peut en rester éloigné et ne pas profiter des possibilités offertes.

L'accès à l'intranet est facile et les échanges y sont plus rapides. En effet, cet outil de communication bénéficie d'une forte proximité avec la cible. On ouvre tous les jours son agenda électronique et un simple clic permet de se retrouver avec le service formation «en ligne». L'information y est plus fiable, par la mise à jour instantanée des documents mis à disposition. La forme des documents, avec leurs liens hypertextes, fournit une meilleure convivialité. Le visiteur «client» trouve plus vite la réponse à sa question, surtout si le site intranet dispose d'un moteur de recherche spécifique.

De plus, cet outil de communication préserve la qualité de la

gestion du temps du service formation. La mise à disposition d'une documentation en ligne présente l'avantage, pour le personnel du service, de ne plus être dérangé pour traiter des problèmes ou répondre à des questions qui vont trouver directement leurs réponses à l'intérieur des pages mises à disposition dans l'intranet. Enfin, à l'époque de l'essor de la gestion des connaissances via les systèmes de communication, le service formation se doit de participer à la promotion du support en l'utilisant lui-même dans ses échanges avec le reste de l'entreprise et pour développer les capacités et les compétences du personnel.





“ L'intranet devra aussi offrir un canal d'expression ou un lieu d'échange. ”

## ■ Un outil de décentralisation: pour émettre, mais aussi pour recevoir

Il s'agit d'un point important. Pour qu'un canal de communication soit utilisé régulièrement par sa cible, il est indispensable que le récepteur puisse également y devenir émetteur. Le service formation va donc utiliser l'intranet pour diffuser ses informations, mais il devra aussi se soucier d'offrir, à ses lecteurs, un canal d'expression ou un lieu d'échange entre les collaborateurs de l'entreprise.

Quelles sont les diverses utilisations possibles? Nous listerons les principales utilisations d'un intranet pour le service formation d'une entreprise.

## ■ L'information

- permettre aux «visiteurs» de savoir qui fait quoi au service formation, de connaître le partage des responsabilités et de disposer rapidement de données pratiques comme le numéro de téléphone, l'adresse électronique ou celle du courrier interne;
- communiquer sur certaines procédures, liées au calendrier de la formation; par exemple au moment du lancement du recueil des besoins de formation ou au

moment des entretiens d'activité, le service formation rappelle les dates de retour des imprimés (ou mieux précise les formulaires à utiliser en ligne) et crée un lien avec les pages expliquant la procédure;

- informer sur la teneur du plan de formation; quiconque peut alors accéder au document qui reproduit les prévisions mais également les réalisations; la publicité du document peut inciter les responsables des lignes du plan à suivre plus scrupuleusement leurs actions;
- proposer des stages de formation «intra» pour lesquels des places sont encore disponibles;
- mettre en ligne la constitution des groupes de formation interne;
- mettre à disposition la documentation de l'équipe formation sur les stages externes pour permettre aux clients internes de trouver le stage répondant à leurs problèmes;
- relater certaines actions de formation particulièrement réussies, communiquer les résultats des évaluations;
- informer les salariés sur les évolutions de l'emploi dans l'entreprise et dans la branche professionnelle (évolutions internes et externes);

- si l'entreprise fait de la gestion anticipée des emplois et des compétences, le service formation peut associer, à la carte des emplois, les cursus de formation à suivre pour occuper les emplois présentés;
- si une bourse des emplois est présente sur l'intranet, le service formation peut rappeler les compétences à posséder pour occuper les emplois présentés et pouvoir prétendre à une mutation;
- communiquer au personnel et à l'encadrement le bilan formation de l'entreprise;
- mettre en ligne, pour les animateurs internes de formation, une base de données sur les outils pédagogiques à disposition;
- faire le point sur l'avancement de certains projets; il faut noter que l'alimentation du serveur ne doit pas être uniquement le fait du service formation, mais que celui-ci peut mettre à la disposition des clients des pages spécifiques d'information; par exemple le plan de formation en ligne est mis à jour par les responsables d'action qui peuvent très bien ne pas appartenir au service formation...

## ■ Le travail en groupe

- travailler à plusieurs sur un projet, par exemple pour un groupe de pilotage d'une action de formation s'adressant à une large population;
- mutualiser et capitaliser des expériences, des connaissances;
- fédérer les énergies d'une population donnée; par exemple, les stagiaires d'une certaine action de formation; par exemple, toutes les promotions de formés pour un cycle de formation donné peuvent échanger via un forum;
- réaliser des sondages, des enquêtes;
- recueillir des avis sur un thème, une proposition...

## ■ L'administration

- faire transiter toute l'information administrative par ce canal: le recueil des besoins, la construc-



tion et le suivi de gestion des plans de formation, les inscriptions aux stages internes et externes, le remboursement des frais de stage, les convocations aux stages, les questionnaires des enquêtes portant sur la qualité des services rendus ou sur l'opportunité de lancer tel ou tel stage, etc.

Ces listes ne sont pas exhaustives. Il est possible d'imaginer d'autres utilisations, notamment en questionnant les clients du service formation sur leurs besoins d'information, de coopération ou ceux liés à l'administration de la formation. Ils vont eux-mêmes préciser les éléments dont ils souhaiteraient disposer.

Toutes ces informations peuvent utiliser la messagerie de l'entreprise ou mieux des formulaires ad hoc complétés en ligne et retournés via le site intranet. En effet, tous les imprimés de la gestion peuvent avoir une forme informatisée. On gagne de cette façon du temps et de la rapidité d'intervention. Ces gains de temps concernent à la fois les membres du service formation et leurs clients internes.

### ■ Un outil utile au réseau formation de l'entreprise

Si l'entreprise a organisé sa fonction formation en réseau (voir l'article «Pour mobiliser l'encadrement: le réseau formation» paru dans le Merkur 7/2004), l'intranet lui sera d'une grande utilité. Les acteurs

pourront directement trouver l'information dont ils ont besoin. Le plan de formation de chaque direction peut être élaboré directement en ligne, les mises à jour se font au fur et à mesure de la réception des nouveaux besoins. Le directeur (ou la personne qu'il a missionnée) peut suivre la réalisation de son plan.

Les responsables des lignes du plan accèdent également à l'information et peuvent suivre les réalisations; ils peuvent être chargés de la mise à jour des données (ce qui fait gagner du temps au service formation).

Les chargés d'information vont également pouvoir utiliser cet outil pour informer leurs collègues ou les autres membres de l'entreprise. Ce sont eux qui réaliseront les articles portant sur les actions modèles de formation. Tout ce qui peut être utile, aux autres directions, sera diffusé de cette façon.

### ■ La formation via l'intranet

Plusieurs types de formations peuvent utiliser les avantages de l'intranet. Nous listerons quelques applications possibles, sans toutefois être exhaustif:

- formations de culture d'entreprise: faire connaître l'histoire de la firme, présenter l'organisation des différents services, présenter les métiers de l'entreprise, l'imbrication des divers métiers en présence, communiquer des chiffres de production, des résultats économiques...

- formation sur certains métiers: mise en place d'une «défauthèque» qui explique ce qu'il y a lieu de faire dans telle ou telle situation difficile, explication sur le fonctionnement des machines, ou sur les processus, mettre à disposition des FAQ (foires aux questions) pour aider à la résolution de certains problèmes...
- formation initiale pour la tenue de certains postes de travail: lorsque le turn-over est important, il peut être rentable d'investir dans la conception de tels supports...
- formation générale: formation en langues étrangères ou autres connaissances présentant la caractéristique d'être pérennes (les coûts de développement étant importants, on n'utilise pas ce moyen pour des contenus qui manquent de stabilité, sauf si les effectifs concernés sont très nombreux et produiraient un coût prohibitif avec une méthode traditionnelle de formation).

Il est possible d'envisager l'accès à des banques de Cd-rom de formation ou de développer didacticiels ou des présentations avec des logiciels comme Macromédia, Toolbook, PowerPoint...

*Jacques Soyer, consultant indépendant, formateur à l'IFCC (site: [www.jsconseil.com](http://www.jsconseil.com))* ■



## INSTITUT DE FORMATION DE LA CHAMBRE DE COMMERCE

► LA NOUVELLE BROCHURE DES SÉMINAIRES  
2<sup>e</sup> SEMESTRE 2004 EST DISPONIBLE ◀

DEMANDEZ VOTRE EXEMPLAIRE AUPRÈS DE L'IFCC  
Tél.: 42 39 39 -220 • E-mail: [info@ifcc.lu](mailto:info@ifcc.lu) • Site Internet: [www.ifcc.lu](http://www.ifcc.lu)





# PROGRAMME DE FORMATION 2004

## INTITULÉ DATES HEURES PRIX

### AFTER WORK TRAINING PROGRAM

#### GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Gestion et calcul des salaires	30/11/2004	mardi et jeudi de 18.30 - 21.00	150 €
--------------------------------	------------	---------------------------------	-------

### SÉMINAIRES

#### MARKETING ET COMMERCIAL

Psychologie de la vente	25, 26/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
Techniques de vente	3, 4/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
Informatique et gestion commerciale	19/11 et 3/12/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €

#### COMPTABILITÉ ET FINANCES

Calcul économique et choix des investissements	28, 29/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
Techniques de base de l'analyse financière	28/10 et 10/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
Audit et contrôle interne	8/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	160 €

#### DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Gagner confiance et estime en soi	21, 22/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
Communication et expression orales	25, 26/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
Ihr persönlicher Stil entscheidet	28, 29/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
Techniques de mémorisation	11, 12/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €

#### RELATIONS SOCIALES ET PROFESSIONNELLES

Richtiger Umgang mit Beschwerden und Reklamationen	25, 26/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
--	----------------	--------------------------------	-------

#### DROIT

Structures représentatives du personnel au niveau de l'entreprise	19/11/2004	08.30 - 14.00	140 €
Convention collective de travail	22/10/2004	08.30 - 14.00	140 €
Fin du contrat de travail	8/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	160 €

#### FISCALITÉ

Implications fiscales de la structure juridique de l'entreprise	16/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	160 €
---	------------	--------------------------------	-------

#### SÉCURITÉ ET SANTÉ AU TRAVAIL

Externes und internes Brandschutz-Management	8/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	160 €
Performance de l'entreprise par la santé	15, 16/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €

#### ACHATS ET LOGISTIQUE

Logistique et échanges internationaux	16, 17/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	265 €
---------------------------------------	----------------	--------------------------------	-------

#### BUREAUTIQUE

MS-Excel - Gestion de listes de données	20/10/2004	09.00 - 14.00	140 €
MS-Word - Créez votre papier en-tête	21/10/2004	09.00 - 14.00	140 €
MS-Word - Créez et présentez votre rapport d'activités	22/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	160 €
MS-Word - Elaborez vos bons de commande, bons de livraison et factures	27/10/2004	09.00 - 14.00	140 €

### CYCLES DE FORMATION

#### MANAGEMENT DES COMPÉTENCES

La politique de formation	21, 22/10/2004 23/10/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 18.00 08.30 - 12.30	400 €
La culture et les comportements dans l'entreprise	11, 12/11/2004 13/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 18.00 08.30 - 12.30	400 €
La politique de communication et le pilotage du changement	25, 26/11/2004 27/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 18.00 08.30 - 12.30	400 €
Les systèmes d'information et la performance en ressources humaines	13, 14/12/2004 15/12/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 18.00 08.30 - 12.30	400 €

### MANAGEMENT DE LA FONCTION FORMATION EN ENTREPRISE

#### MANAGEMENT

Identification et analyse des besoins en formation	11, 12/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 18.00	150 €
Elaboration et mise en œuvre du plan de formation	25, 26/11/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 18.00	150 €
Evaluer la formation et ses effets	9, 10/12/2004	08.30 - 12.30 et 14.00 - 18.00	150 €

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



## *Sans détour*

Vous trouverez toutes les compétences print et multimédia pour garantir le succès de votre communication. Des solutions novatrices et un service de qualité. Pourquoi chercher loin, quand la solution est si près?



**IMPRIMERIE CENTRALE**  
SOCIÉTÉ ANONYME • LUXEMBOURG







**Votre partenaire pour  
le Luxembourg et l'Europe**

De grands éditeurs européens,  
les principales agences de  
communication de la région  
Saar-Lor-Lux, les principaux  
organismes bancaires et  
compagnies d'assurances,  
l'industrie et les institutions  
européennes, tous apprécient la  
qualité de nos travaux.

**Des solutions sur mesure**

En print et en multimédia,  
nos équipes vous apportent  
conseil, savoir-faire, technologies  
de pointe et un service de  
qualité. Des solutions sur  
mesure, vous offrant un  
maximum de performance et de  
flexibilité. Du concept jusqu'au  
produit final.

**Des services spécialisés**

- Conseil
- Numérisation
- Production XML
- Multimédia
- Conception graphique
- Correction et révision multilingues
- Impression offset et numérique
- Mailing sécurisé
- Façonnage et reliure
- Entreposage et expédition

***Plus qu'un simple imprimeur:  
votre partenaire pour le traitement  
et la diffusion de l'information.***

Une des plus importantes imprimeries de la région Saar-Lor-Lux, spécialisée dans le print et le multimédia. Une entreprise regroupant le savoir-faire de plus de 300 professionnels venant de toute l'Europe.



**IMPRIMERIE CENTRALE**  
SOCIÉTÉ ANONYME • LUXEMBOURG





# 3<sup>ème</sup> GALA RESSOURCES HUMAINES

9 novembre 2004 Cercle Municipal



## CONFERENCE & COCKTAIL

Accueil à 17h00

### 17h30 Discours d'ouverture

Monsieur François Biltgen, Ministre du Travail et de l'Emploi.

**18h00 "L'influence de la financiarisation de l'économie sur les pratiques de gestion des ressources humaines dans les grands groupes européens".**

Frédéric Wacheux est Responsable du DESS GRH, et Co-Directeur du MBA Management des Ressources Humaines à l'Université de Paris IX Dauphine.

**18h30 "Le recrutement et l'intégration de nouveaux collaborateurs : les facteurs de réussite ou d'échec".**

Serge Perrot est Docteur en Gestion des Ressources Humaines et Maître de Conférences en Gestion des Ressources Humaines à l'Université de Paris IX Dauphine.

### 19h00 Cocktail

Conférence et Cocktail : entrée 15 euros

## HR AWARDS & NETWORKING DINNER

Accueil à 20h00

### 20h30 Dinner

#### Remise des HR Awards Luxembourg 2004 :

- \* **Human Resources Manager of the Year**  
*(Remis par le Ministre Biltgen au lauréat)*
- \* **Best Leasing & Fleet Management Solutions**
- \* **Best Interim Services**
- \* **Best Recruitment Services**
- \* **Best Executive Search Firm**
- \* **Best Training Services**
- \* **Best Catering & Incentive Services**
- \* **Best HR Consulting Firm**
- \* **Best E-HR Solution**
- \* **Best Pension Solutions**

#### QUIZZ Ressources Humaines

Un concours est organisé par table (8 personnes) sur le thème des Ressources Humaines, doté de prix offerts par nos partenaires !

Place au Networking Dinner : 140 euros ht

## Renseignements

### Coordonnées

HR ONE  
73 avenue Pasteur  
L-2311 Luxembourg

Tél. (352) 26 27 62 1  
Fax (352) 26 27 62 32

## www.hrone.lu

### Contacts

Caroline de Hoog  
caroline.dehoog@farvest.com

Cathia Gromczyk  
cathia.gromczyk@farvest.com

20-27 octobre 2004

## K 2004: Salon international des matières plastiques et du caoutchouc

**K** est le salon le plus important au monde en ce qui concerne la technologie du plastique et du caoutchouc. Pour l'édition 2004 de ce salon qui se tiendra du 20 au 27 octobre au parc

des expositions à Düsseldorf, un programme de haut niveau est prévu avec quelque 2.900 exposants issus de plus de 50 pays présentant une vaste palette de machines, de produits et de prestations de service. ■

Pour en savoir plus visitez:  
[www.innovation.public.lu](http://www.innovation.public.lu)  
►Agenda de l'innovation

6<sup>e</sup> PCRD

## Systemes énergétiques durables: **190 millions EUR** pour un nouvel appel à propositions



**L**a Commission européenne vient de publier un appel à propositions relatif au 6<sup>e</sup> programme cadre de recherche et développement technologique (6<sup>e</sup> PCRD), dans la thématique «Développement durable, changement

planétaire et écosystèmes». Cet appel concerne plus précisément les «Systèmes énergétiques durables» pour des activités de recherche ayant un impact à moyen et long terme. Doté d'un budget de 190 millions EUR, cet appel prévoit le cofinancement de projets dans les domaines suivants:

- les piles à combustibles;
- les nouvelles technologies pour les vecteurs énergétiques;

- les technologies des énergies renouvelables;
- piégeage et séquestration du CO<sub>2</sub>;
- outils et concepts socio-économiques.

La date de clôture pour la soumission d'une proposition est fixée au 8 décembre 2004. ■

Pour en savoir plus, consultez: [www.innovation.public.lu](http://www.innovation.public.lu) ►Appels ►6<sup>e</sup> PCRD;  
ou contactez: M. Jean-Michel LUDWIG, Luxinnovation, Tél.: 43 62 63-1;  
E-mail: [jean-michel.ludwig@luxinnovation.lu](mailto:jean-michel.ludwig@luxinnovation.lu)

# Recherche avancée: une rubrique relookée sur [www.innovation.public.lu](http://www.innovation.public.lu)

La rubrique «Recherche avancée» du Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche est un outil de méta-recherche disponible en haut à droite de chaque page du Portail. Complémentaire aux moteurs de recherche spécifiques à 5 rubriques du Portail, il permet de trouver en quelques clics l'information souhaitée.

La nouvelle mise en page offre:

- une présentation claire;



- une description synthétique pour une sélection plus rapide des critères de recherche;
- un affichage des résultats par site source avec le titre, la date de der-

nière mise à jour ainsi que le détail des rubriques dont ils sont issus.

Pour optimiser le résultat de la requête, il est conseillé de sélectionner une ou plusieurs rubriques ainsi que des domaines technologiques pour chaque recherche. Parmi les rubriques récemment mises à jour sur [www.innovation.public.lu](http://www.innovation.public.lu), visitez également le «Répertoire des compétences technologiques» et le «Marché des technologies». ■



Abattage et Elagage d'Arbres – Taille de haies  
Fauchage – Tonte – Desherbage chimique  
Entretien et Traitements phytosanitaires des espaces verts



S.A.R.L. LINDEN

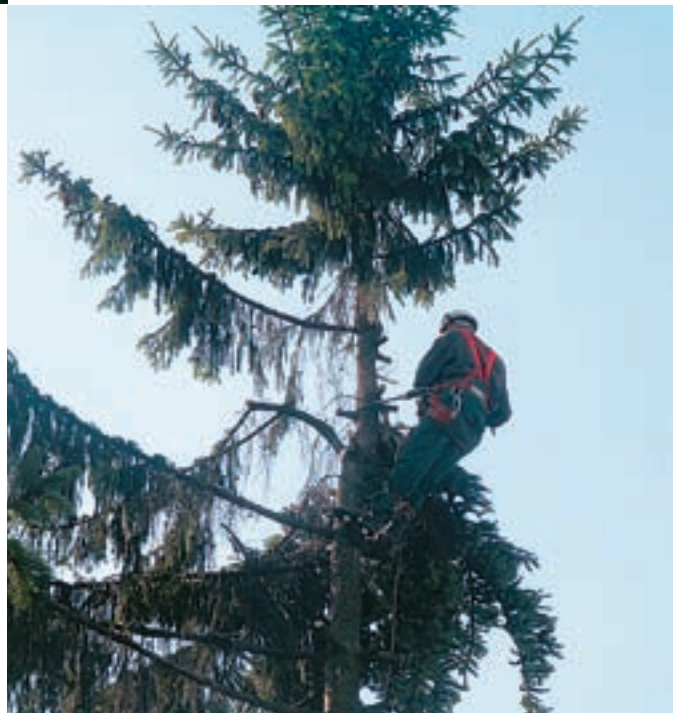
7, RUE JEAN JAURÉS – B.P.7 – 54640 TUCQUEGNIEUX

TEL.: 03 82 21 25 00 – FAX : 03 82 21 37 33

e-mail: [lindensarl@wanadoo.fr](mailto:lindensarl@wanadoo.fr) – [www.linden-france.fr](http://www.linden-france.fr)

S.A.R.L. au capital de 7 622 €

Siret 311 999 411 00029 – Code APE 014 B



# La plupart des entreprises prévoient une **stabilité** de leurs effectifs

L'emploi dans les entreprises luxembourgeoises occupant plus de 200 salariés tous secteurs confondus est dominé en moyenne par les employés. Plus de la moitié des postes dans ces entreprises sont occupés par des employés, 32 % par des ouvriers, 7 % par des cadres et 8 % par d'autres catégories d'emploi. C'est ce qui ressort d'un sondage réalisé par Almathea Consulting du 1<sup>er</sup> au 15 juillet 2004 après analyse d'un questionnaire envoyé au service Ressources humaines des entreprises visées. Le but de l'enquête est de dresser un état des lieux des ressources humaines en 2004 au Luxembourg et de faire le point sur les différents outils et méthodes de gestion du personnel utilisés dans les grandes entreprises ayant plus de 200 salariés permanents.

Concernant les effectifs de ces entreprises travaillant au service Ressources humaines, seuls 18 % des entreprises interrogées emploient 6 à 10 personnes aux Ressources humaines, 27 % ont un effectif de 3 à 5 personnes et 40 % ont moins de 3 personnes.

Quatre entreprises sur cinq ayant un effectif entre 200 et 300 personnes occupent moins de 3 personnes aux Ressources humaines, la moitié de celles entre 300 et 400 salariés en font autant. La majorité des entreprises qui occupent plus de 500 salariés ont un effectif dépassant 5 unités de travail dans leur service Ressources humaines.

### ■ Hausse des recrutements dans la construction et les services collectifs, sociaux et personnels

Parmi l'échantillon des entreprises de plus de 200 salariés, 40 % déclarent avoir augmenté leur effectif en 2003, tandis que 30 % déclarent avoir maintenu au même niveau leur taux d'emploi. Autant d'entreprises déclarent avoir diminué en 2003 leur effectif total.

La majorité des entreprises déclarant avoir baissé leur effectif en 2003 proviennent du secteur des activités financières. Les autres secteurs ayant réduit leurs effectifs sont les transports et communications ainsi que l'industrie manufacturière. Parmi les entreprises ayant augmenté leurs effectifs en 2003, on trouve en premier lieu la construction, suivie des services collectifs, sociaux et personnels.

Pour l'année 2004, 40 % des entreprises interrogées prévoient une stabilité au niveau de l'évolution de l'effectif, tandis qu'un tiers d'entre elles parlent de réduction d'emplois. Seuls 27 % – une baisse de 13 points de pourcentage par rapport à 2003 – estiment augmenter leur effectif.

En analysant de près les résultats recueillis, on constate que 62 % des entreprises ayant augmenté leur effectif en 2003 déclarent le réduire en 2004, les autres souhaitant gar-

der leur effectif au même niveau. A l'opposé, 60 % des entreprises ayant réduit leur effectif en 2003 affirment augmenter leur nombre de salariés en 2004, tandis que 30 % d'entre elles continueront à réduire leur effectif en 2004.

L'industrie manufacturière se trouve en première place parmi les secteurs qui déclarent recruter en 2004 et la construction est le premier secteur à déclarer garder ses effectifs stables. Les secteurs qui affirment diminuer leurs effectifs en 2004 sont, en ordre décroissant, les activités financières ainsi que les services collectifs, sociaux et personnels.

### ■ Une majorité d'entreprises satisfaites des compétences des jeunes demandeurs d'emploi

La majorité (61 %) des entreprises sont plutôt satisfaites des compétences des jeunes demandeurs d'emploi en ce qui concerne leur formation scolaire, les stages accomplis etc., tandis que presque un tiers (30 %) déclare être plutôt insatisfait.

La plupart des entreprises se disant plutôt satisfaites des qualifications des jeunes demandeurs d'emploi appartiennent au secteur financier, à l'industrie manufacturière et au secteur de la construction. Dans ce dernier secteur, on trouve cependant autant d'entreprises qui se déclarent plutôt insatisfaites.



La majorité des entreprises ayant l'intention de recruter prochainement cherchent des profils employés (46 %).

Les habitudes en matière de recrutement des entreprises interrogées sont le plus souvent internes à la société. Plusieurs réponses étant possibles, on constate que 79 % des répondants déclarent réaliser leurs recrutements par le service Ressources humaines de leur entreprise et 58 % affirment recourir aux services de l'ADEM. Un peu plus d'un tiers des entreprises avec plus de 200 salariés recrutent soit par leur service Ressources humaines, soit par un cabinet de recrutement externe. Aucune ne confie ses recrutements exclusivement à un tel cabinet externe.

En croisant l'avis des répondants sur les qualifications des jeunes demandeurs d'emploi avec la méthode utilisée pour le recrutement, on constate que 56 % des entreprises recourant à l'ADEM se disent plutôt satisfaites des qualifications reçues et un tiers plutôt insatisfaites.

### ■ Candidatures spontanées et annonces de presse les plus utilisées dans le recrutement

Les candidatures spontanées et les annonces dans la presse sont les moyens les plus utilisés par les entreprises interrogées pour obtenir un fichier de candidatures. Ainsi, 88 % des entreprises de plus de 200 salariés utilisent les candidatures spontanées, 79 % les annonces dans la presse, 70 % affichent les offres d'emploi en interne, 67 % annoncent leurs vacances sur des sites spécialisés et 55 % sur le site de leur propre entreprise. Une entreprise sur quatre (24 %) utilise encore d'autres sources.

Toutes les entreprises interrogées affirment faire un entretien avec

les candidats avant leur engagement. L'entretien reste ainsi de loin la méthode la plus utilisée des entreprises pour sélectionner un nouveau salarié, avant la consultation de références (48 %), les tests de personnalité ou de logique (39 %), les mises en situation ou assessment centers (30 %). La graphologie est utilisée par 3 % des entreprises considérées.

Dans la grande majorité des entreprises, une procédure standardisée d'accueil des nouveaux collaborateurs existe (82 %). Parmi les entreprises qui n'ont pas de procédure d'accueil standardisée, le secteur de la construction prédomine. A l'opposé, une telle procédure existe en premier lieu dans les entreprises à activités financières.

81 % des entreprises disposant d'un système d'accueil indiquent qu'un membre du service RH s'occupe de l'accueil du nouveau collaborateur, 41 % indiquent que c'est le supérieur hiérarchique qui le fait. Même si la majorité des entreprises faisant partie du sondage disposent d'un livret d'accueil (61 %), les autres ne distribuent pas ce type de document écrit à leurs nouveaux collaborateurs. Les livrets d'accueil existent surtout dans les entreprises du secteur financier et de l'industrie manufacturière. A relever que 15 % des entreprises interrogées n'ont ni procédure ni livret d'accueil.

### ■ La formation surtout pour perfectionner les techniques professionnelles

Plus que la moitié des entreprises indiquent que leurs investissements en formation en 2004 restent identiques à ceux de l'année 2003, un tiers affirment qu'ils seront plutôt supérieurs et 12 % plutôt inférieurs. Les secteurs qui prévoient d'investir plus en formation sont en priorité la construction, l'hôtellerie et la restaura-

tion, ainsi que les services collectifs, sociaux et personnels.

La presque totalité des entreprises ayant l'intention d'investir en 2004 dans la formation de leurs salariés investira dans les formations perfectionnant les techniques professionnelles (97 %). Suivent ensuite les cours de management (76 %), de langues (70 %) et d'informatique (70 %). Les formations en aptitudes personnelles (type time management, techniques de présentation, etc.) sont toujours préconisées par 45 % des entreprises.

Pour organiser leurs formations, la plupart des entreprises ont recours à des formateurs externes qui donnent le cours à l'intérieur de l'entreprise (97 %) ou à des formateurs internes, membres du personnel (94 %).

Une légère majorité d'entreprises interrogées affirme ne pas réaliser des enquêtes de satisfaction auprès de son personnel (52 %). La majorité des entreprises qui effectuent des enquêtes les réalisent une fois par an (38 %). Dans la moitié des cas, le service Ressources humaines réalise les enquêtes de satisfaction auprès du personnel.

### ■ La plupart des entreprises évaluent l'ensemble de leurs salariés

Aujourd'hui, la très large majorité des entreprises interrogées dispose d'un système d'évaluation des salariés. Ainsi, 79 % affirment réaliser des évaluations. L'existence de tels systèmes est bien répartie dans tous les secteurs. Un peu plus de deux tiers des entreprises (69 %) qui disposent d'un système d'évaluation, l'appliquent à l'ensemble de leurs salariés.

La très large majorité des systèmes d'évaluation existant dans les entreprises permettent d'analyser les compétences des évalués, les performances réalisées au cours de



l'année écoulée, la fixation d'objectifs pour la période d'évaluation suivante, la motivation des collaborateurs et les besoins de formation.

Les résultats de l'évaluation ont-ils un impact sur la rémunération? A cette question, seule une entreprise sur cinq répond négativement. Il s'avère donc que pour la large majorité des entreprises, l'évaluation a un impact sur le salaire du collaborateur.

Pour la très grande majorité des entreprises interrogées (85 %), le temps partiel constitue le premier moyen de flexibilité offert, suivis des horaires flexibles (79 %). Viennent ensuite en ordre dégressif le congé sans solde (36 %), l'interruption de carrière (27 %) ou le fait d'effectuer une partie du travail à domicile (9 %).

Afin de fidéliser leurs meilleurs éléments, les entreprises interrogées favorisent essentiellement le paie-

ment de primes et la formation. Viennent ensuite la mise à disposition d'un parking et l'ambiance positive dans l'entreprise, l'augmentation salariale, l'application de tarifs spéciaux sur les produits ou services de l'entreprise et la mobilité interne. Parmi les outils les moins utilisés pour fidéliser sont l'enquête de satisfaction, les tarifs spéciaux pour certains événements ou dans certains magasins et l'évolution rapide de carrière. ■

Pour plus d'informations: Almathea Consulting, M. Jean-François Zimmer, 393 route de Longwy, L-1941 Luxembourg, tél.: (+352) 26 45 95 45, fax: (+352) 26 45 95 50, e-mail: [almathea@pt.lu](mailto:almathea@pt.lu)

## Eurochambres 2005

# Enquête

# Eurochambres 2005

L'association des Chambres de Commerce et d'Industrie européennes Eurochambres va procéder cette année à la 12<sup>e</sup> édition de l'enquête annuelle sur la conjoncture européenne. Au Grand-Duché, cette enquête est dirigée et réalisée par la Chambre de Commerce en collaboration avec l'ILRES, qui effectuera la collecte des données par téléphone auprès de quelque 1.000 entreprises au cours de la 2<sup>e</sup> et de la 3<sup>e</sup> semaine d'octobre 2004. Les entreprises faisant partie de l'échantillon retenu (c.-à-d. les entreprises ayant plus de 10 salariés) ont reçu pour information le questionnaire afférent début octobre.

L'objectif de l'enquête est de connaître l'évolution des principaux indicateurs de la vie économique des entreprises en 2004 par rapport à 2003. Par ailleurs, les enquêteurs demandent aux dirigeants d'entreprise de s'exprimer quant aux perspectives économiques pour l'année 2005. Au Grand-Duché, cette enquête est actuellement la seule à prendre en compte les prévisions de tous les secteurs d'activité de l'économie (hormis l'agriculture, la santé et l'administration publique). Par ailleurs, la qualité de l'enquête Eurochambres est très bonne et les résultats en découlant sont statis-

tiquement significatifs et représentatifs.

Le succès de l'enquête dépend largement de la participation des entreprises questionnées. Les dernières années, quelque 90 % des entreprises luxembourgeoises choisies avaient participé à l'enquête et ont contribué, par cette voie, au succès de l'enquête Eurochambres au Luxembourg.

Les résultats de l'enquête 2005 seront publiés dans le Merkur 10/2004 et pourront être consultés à partir de décembre sur le site internet de la Chambre de Commerce ([www.cc.lu](http://www.cc.lu)) et d'Eurochambres ([www.eurochambres.be](http://www.eurochambres.be)). ■

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Monsieur Carlo Thelen, Membre du comité de direction et Chef du Département Economique auprès de la Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39-351, e-mail: [eco@cc.lu](mailto:eco@cc.lu).

# Adaptation des salaires et traitements (+ 2,5 %) au 1<sup>er</sup> octobre 2004

La dernière adaptation des salaires et traitements à l'évolution des prix à la consommation, au 1.8.2003, a eu lieu à la cote d'échéance de 649,87 points. Une nouvelle tranche de l'échelle mobile des salaires vient à échéance quand la moyenne semestrielle de l'indice (base 100 au 1.1.1948) atteint ou dépasse un seuil supé-

rieur de 2,5 % au précédent, à savoir la cote de 666,11 points.

L'indice au 1<sup>er</sup> septembre sera publié le 7 octobre prochain, après délibération de la Commission de l'Indice. En se fondant sur les résultats provisoires du mois de septembre actuellement connus, le Statec peut toutefois affirmer dès à présent avec certitude qu'au 1<sup>er</sup> septembre

2004 la moyenne semestrielle de l'indice a dépassé la cote d'échéance de 666,11 points.

La nouvelle cote d'application de l'échelle mobile des salaires, de 636,26 points (ancienne cote: 620,75 points), entre en vigueur au 1.10.2004, entraînant à cette date une majoration de + 2,5 % notamment des salaires, des traitements et des pensions. ■

Pour en savoir plus: Statec, Unité B1 «Indice des prix à la consommation»,  
M. Ernest Robert, tél.: 478-4266, e-mail: ernest.robert@statec.etat.lu

## 25<sup>e</sup> journée mondiale du Tourisme

# Les chiffres clés du tourisme luxembourgeois

A l'occasion de la 25<sup>e</sup> journée mondiale du Tourisme qui a eu lieu le 27 septembre, le STATEC a rassemblé les données statistiques de base sur l'offre et la demande touristique.

### ■ L'offre touristique

Le Luxembourg a accueilli 867.000 visiteurs étrangers en 2003 qui y ont passé 2.541.400 nuitées. Les autochtones ont passé 269.100 nuitées dans les divers établissements d'hébergement de sorte que les nuitées totales se sont chiffrées à 2.810.450,

soit une augmentation de 2,2 % par rapport à l'année précédente.

En termes de nuitées les 10 principaux pays émetteurs de clients sont les suivants:

Pays-Bas:	1.125.291
Belgique:	512.621
Allemagne:	248.337
France:	164.188
Royaume-Uni:	108.960
Autres pays:	65.430
Etats-Unis:	48.996
Italie:	40.015
Espagne:	26.684
Suisse:	26.359

En 2003 on a dénombré 307 hôtels avec une capacité d'hébergement de 14.600 places lits et 277 autres établissements d'hébergement – campings, auberges de jeunesse, gîtes d'étapes et autres logements collectifs, appartements et maisons de vacances – disposant de plus de 53.000 places lits.

Touristes et résidents ont eu à leur disposition quelque 900 restaurants, 1.200 cafés et plus de 50 bars et autres discothèques.

La branche HORECA a employé 13.600 personnes et a réalisé une



valeur ajoutée de 532 millions d'euros, soit 2,3 % du PIB.

## ■ La demande touristique

### Ceux qui partent

Trois luxembourgeois sur quatre, soit 273.000 personnes âgées de plus de 14 ans ont entrepris en 2003 un voyage comportant au moins une nuitée hors de leur environnement habituel.

Parmi les professions qui ont le plus la bougeotte on compte les fonctionnaires, européens et luxembourgeois, ainsi que les employés qui ont effectué à raison de neuf personnes sur dix au moins un voyage en 2003.

Les hommes (76 %) partent plus volontiers que les femmes (72 %) encore que la différence soit minime. Au total, femmes et hommes ont effectué quelque 1.021.000 voyages et dépensé en moyenne 1.642 euros par personne et par voyage, soit une dépense globale de 1.767 millions d'euros.

Bon an mal an, c'est la France qui reste la destination favorite des Luxembourgeois, suivie de la Belgique et de l'Allemagne, tandis que l'Espagne et l'Italie constituent les destinations les plus prisées pour les vacances d'été.

### Ceux qui ne partent pas

Près de 100.000 personnes âgées de plus de 14 ans ne sont pas parties hors de leur milieu habituel en 2003. Il s'agit en premier lieu de retraités (42 %), d'ouvriers (28 %) et de ménagères (25 %).

Seulement une personne sur deux (de plus de 65 ans) a entrepris en 2003 un voyage comportant au moins une nuitée.

Enfin, les habitants de la capitale sont plus prompts à quitter leurs pénates (79 %) que les ruraux (71 %).

## ■ Internet et les vacances

Pour la préparation et les réservations de voyages, le rôle d'Internet ne cesse de croître. En 2003, la toile a été utilisée soit pour l'information, soit pour la réservation pour 40 % des voyages. La moitié de ces consultations a abouti à une réservation c.-à-d. que 200.000 voyages ont été organisés via Internet, ce qui représente un voyage sur cinq.

## ■ Les voyages d'affaires

Seulement 15 % de la population âgée de plus de 15 ans a entrepris en 2003 un voyage d'affaires. Pour les hommes ce taux se situe autour de 22 % et pour les femmes il oscille

autour de 7 %. Les principales destinations des voyages d'affaires sont nos pays voisins: France, Allemagne, Belgique et dans une moindre mesure la Grande-Bretagne et l'Italie. Les dépenses afférentes se sont montées à 254 millions d'euros.

## ■ Un solde positif dans la balance des paiements

En termes de balance des paiements le Luxembourg affiche un solde «voyages» positif de 273 millions d'euros pour 2003, le crédit c.-à-d. les dépenses des étrangers au Luxembourg se montant à 2.633 millions d'euros contre un débit, c.-à-d. les dépenses des résidents luxembourgeois à l'étranger, de 2.360 millions d'euros.

Rappelons que les dépenses des résidents luxembourgeois à l'étranger comprennent celles relatives aux voyages de vacances et d'affaires, mais également les dépenses des excursionnistes transfrontaliers, les dépenses des étudiants luxembourgeois à l'étranger ainsi que les dépenses de santé à l'étranger.

Le STATEC publiera fin 2004 une étude approfondie sur le volume du tourisme et le comportement de voyage des résidents luxembourgeois de 1997 à 2003. ■

Pour en savoir plus: Statec, Unité C6 «Statistiques R&D, Economie nouvelle, Environnement, Tourisme», M. Victor Molling, tél.: 478-4258, fax: 46 42 89, e-mail: victor.molling@statec.etat.lu

**infodata**  
L'intégration informatique

202, Route de Luxembourg  
L-7241 Bœrdange  
Tél : (352) 33 16 48  
Fax : (352) 33 75 55  
infodata@infodata.lu  
http://www.infodata.lu

**SOLUTIONS INFORMATIQUES DE GESTION POUR PROFESSIONNELS !!!**

ACCOUNTIX  
SALARIX  
PROJIX  
CHANTIX  
CAISSIX  
STOCKIX

« Grâce à la solution comptable INTEGRIX+ - module ACCOUNTIX sous Linux, nous gérons plus de 800 dossiers clients sans avoir du redémarrer notre serveur depuis plus d'un an ! »

**Philippe LEROY**  
Responsable informatique bureau comptable ORGECO à Roubaix

ALWAYS ON  
SAVIX  
MEDIX  
mySAV

**INTEGRIX+**  
PRODUCTIX  
VOYAGIX  
TIMIX  
GARAGIX



Nouvelle publication

# Repères 2004: Un guide à garder sous la main

**S**aviez-vous que le Luxembourg compte plus de lignes de téléphone mobile que d'habitants (occupant ainsi le 2<sup>e</sup> rang mondial derrière Taiwan)? Que 53 % de la population y est internautes et que 8 personnes sur 10 se servent d'un ordinateur? Que l'investissement par habitant consacré à l'infrastructure télécom est l'un des plus élevés au monde?

Ou encore que les Luxembourgeois font partie des Européens qui achètent le plus en ligne, en particulier des livres? Et que 47 % des entreprises sont connectées au haut débit?

Vous trouverez tous ces chiffres et bien d'autres encore, dans



le guide «Repères 2004», réalisé par le Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur dans le cadre du programme eLuxembourg et en collaboration avec MindForest. Dans ce fascicule de 36 pages prêt à se glisser dans toutes les poches, vous trouverez les principaux indicateurs de l'économie du pays, les chiffres sur la pénétration des nouvelles technologies au Luxembourg et à l'étranger, un regard sur l'état de familiarisation au secteur IT des nouveaux pays membres de l'Union européenne et une présentation des principales initiatives menées par le gouvernement dans ce domaine. ■

Ce guide est disponible sur simple demande auprès de l'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39-330, e-mail: entreprises@cc.lu.

Nouvelle parution

# Le Luxembourg en chiffres 2004



**L**'édition 2004 du «Luxembourg en chiffres», publication annuelle du STATEC, vient de sortir de presse. Dans un format de poche pratique, la brochure fournit sur 44 pages les données statistiques de base sur le Grand-Duché, illustrées par des cartes et graphiques en couleur.

Des comparaisons permettent au lecteur de situer le Luxembourg par rapport aux pays de l'Union européenne. Le «Luxembourg en chiffres» paraît en trois langues, en français, en allemand et en anglais. ■

La brochure est diffusée gratuitement. Seul des exemplaires individuels peuvent être fournis par envoi postal. Les autres commandes doivent être enlevées au STATEC, 13, rue Erasme à Luxembourg, tél.: 478-4219 ou 478-4377, fax: 26 20 19 02, e-mail: info@statec.etat.lu.

Une version PDF peut être téléchargée du site Internet du STATEC à l'adresse [www.statec.lu](http://www.statec.lu)

## Saison touristique 2004

# Le tourisme hôtelier résiste bien à l'atonie économique

**A**près une année 2003 en demi-teinte le tourisme hôtelier a repris des couleurs en 2004. Le STATEC fait en effet état d'une hausse de l'ordre de 5 % pour les cinq premiers mois de l'année tant du côté des arrivées que des nuitées.

A l'origine de cette embellie se trouvent les hausses de fréquentation

des principaux clients de l'hôtellerie luxembourgeoise, Allemands, Belges, Français, Néerlandais, Italiens, mais surtout celle des hôtes en provenance de Grande-Bretagne dont le nombre de nuitées a progressé de 15 % par rapport à la même période de l'année précédente. Ceci démontre que l'hôtellerie luxembourgeoise résiste

plutôt bien à l'atonie des économies de ses principaux pays clients.

Il convient également de noter la performance liée aux ressortissants des dix nouveaux Etats membres de l'UE dont les nuitées ont franchi le seuil des 10 000 unités durant la période sous revue, soit une progression de plus de 31 %.

### ARRIVÉES ET NUITÉES: HÔTELS, AUBERGES, PENSIONS

Unité: milliers (en %)	Arrivées janvier à mai			Nuitées janvier à mai		
	2003	2004*	2004/03	2003	2004*	2004/03
Ensemble du pays	215,5	227,4	5,5	442,0	462,1	4,5
dont:						
Ville de Luxembourg	117,5	122,1	3,9	239,4	242,0	1,1
Reste du pays	98,0	105,3	7,4	202,6	220,1	8,6

Source: STATEC \*chiffres provisoires

Tout comme en 2003 les visiteurs en provenance des États-Unis ont continué à bouder le Luxembourg. La tendance baissière de leurs nuitées (moins 12 %) observée en 2003 a persisté pendant les cinq premiers mois de 2004 avec moins 10 % de nuitées. Il est vrai que la faiblesse du dollar et une certaine hantise sécuritaire n'arrangent pas les choses.

Avec seulement 1,1 % de croissance, la Ville de Luxembourg peine un peu par rapport au reste du pays qui a su profiter de l'implantation de nouveaux établissements ainsi que de la modernisation d'établissements existants pour afficher un score en progression de près de 9 % des nuitées par rapport à la même période de 2003.

Même si on ne dispose pas encore de chiffres précis pour les campings, les premiers indicateurs laissent à penser qu'en raison de la météo capricieuse, la saison des campings sera moins bonne qu'en 2003 qui fut quand même, rappelons-le, en termes de nuitées la deuxième meilleure année depuis 1961.

Pour en savoir plus: Statec, Unité C6 «Statistiques R&D, Economie nouvelle, Environnement, Tourisme», M. Victor Molling, tél.: 478-4258, fax: 46 42 89, e-mail: victor.molling@statec.etat.lu

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>



## Commerce Pratiques

**P**ar une loi du 5 juillet 2004, le législateur luxembourgeois a modifié à la fois plusieurs textes légaux existants en bouleversant certains principes bien connus. Ont ainsi été modifiés la loi modifiée du 14 août 2000 relative au commerce électronique, celle du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, ainsi que l'article 1135-1 alinéa 2 du Code civil.

### ■ 1. Modification de la loi modifiée du 14 août 2000 relative au commerce électronique

Certaines adaptations de la loi du 14 août 2000 se sont avérées nécessaires, soit pour des raisons de mise en conformité de la loi avec les exigences communautaires, soit pour tenir compte de l'évolution des activités sur Internet. Parmi les modifications effectuées, la présente contribution ne s'intéressera qu'aux modifications présentant un certain

degré d'importance. Les modifications anodines telles que celles ayant trait à une remise en forme du texte initial seront passées sous silence.

#### Champ d'application

En ce qui concerne le champ d'application de la loi du 14 août 2000, le texte initial disposait que la loi luxembourgeoise était applicable aux activités de jeux d'argent impliquant des enjeux monétaires dans des jeux de hasard. La loi nouvelle retire ces activités du champ d'application de la loi.

#### Prestataires de service de certification

La loi du 14 août 2000 telle que modifiée par la loi du 5 juillet 2004 ne parle plus des prestataires de services de certification émettant des certificats qualifiés mais de prestataires de services de certification délivrant des certificats qualifiés, ce qui est une notion évidemment plus large.

#### Communications commerciales

La loi du 5 juillet 2004 introduit un nouvel article 46bis dans la loi du 14 août 2000 réglementant l'utilisa-



# électronique – **commerciales** – Conditions générales

tion de communications commerciales par un membre d'une profession réglementée (experts-comptables, réviseurs d'entreprises, avocats, architectes, ingénieurs-conseils etc.). L'utilisation de ces communications commerciales par un membre d'une profession réglementée est admise lorsque ces communications font partie d'un service de la société de l'information fourni par ce membre ou lorsqu'elles constituent un tel service. Toutefois, les règles professionnelles visant notamment l'indépendance, la dignité et l'honneur de la profession en cause, ainsi que le secret professionnel et la loyauté envers les clients et les autres membres de la profession concernée doivent être respectées.

En ce qui concerne les communications commerciales en général, l'obligation de transparence inscrite à l'article 47 de la loi du 14 août 2000 est étendue aux offres promotionnelles. Ainsi, désormais non seulement les concours ou jeux promotionnels mais également les offres promotionnelles devront être clairement identifiables comme telles.

Enfin, le système d'opt-out tel que prévu par la loi du 14 août 2000 est changé en système d'opt-in de sorte que l'envoi de communications commerciales non sollicitées par courrier électronique par un prestataire de services de la société de l'information à une personne physique n'est autorisé qu'en cas de consentement préalable de celle-ci. Il est renvoyé à cet endroit à la loi du 16 avril 2003 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (Mém. A n°. 61 du 8 mai 2003, p. 1025 ss.) qui prévoit un système mixte opt-in et opt-out pour les contrats conclus de façon non électronique.

Toutefois, la loi du 14 août 2000 telle que modifiée par la loi du 5 juillet 2004 prévoit désormais la possibilité d'exploiter les coordonnées électroniques obtenues directement par un prestataire de ses clients, en vue d'un courrier électronique, dans le cadre d'une vente d'un produit ou d'un service, à des fins de prospection pour des produits ou services analogues que lui-même fournit. Cette faculté n'est cependant donnée pour autant que

lesdits clients se voient donner clairement et expressément le droit de s'opposer, sans frais et de manière simple, à une telle exploitation des coordonnées électroniques lorsqu'elles sont recueillies et lors de chaque message, au cas où ils n'auraient pas refusé d'emblée une telle exploitation.

## Services financiers

Les services financiers sont définis de façon plus large. Ils englobent tout service ayant trait à la banque, au crédit, à l'assurance, aux retraites individuelles, aux investissements et aux paiements.

## Validité des contrats passés en ligne

La loi du 5 juillet 2004 a inséré un nouveau paragraphe (2) à l'article 50 concernant les contrats conclus par voie électronique, aux termes duquel les exigences légales et réglementaires, notamment de forme, qui empêchent ou limitent la conclusion de contrats par voie électronique, y compris celles qui privent d'effet ou de validité juridique des contrats du fait qu'ils ont



été passés par voie électronique, sont inapplicables à ces mêmes contrats.

## Opérations de courtage aux enchères

La loi du 14 août 2000, telle que modifiée par la loi du 5 juillet 2004, précise désormais que les opérations de courtage aux enchères réalisées par voie électronique et qui se caractérisent par l'absence d'adjudication et d'intervention d'un tiers dans la conclusion de la vente d'un bien entre parties, ne constituent pas une vente aux enchères publiques. Par ailleurs, les opérations de courtage aux enchères réalisées par voie électronique ne peuvent porter que sur des biens meubles.

## Informations générales à fournir

Parmi les informations techniques générales à fournir pour tous contrats (donc non seulement en cas de contrats passés avec des consommateurs) figure désormais également l'information sur d'éventuels codes de conduite applicables au prestataire.

## Moment de conclusion du contrat

La définition du moment de la conclusion du contrat par voie électronique a été remplacée au profit d'une description de la passation de commande. Le moment de la conclusion du contrat est désormais déterminé selon les règles du droit commun.

## Protection des consommateurs

Le régime de la protection des consommateurs a été affiné.

Ainsi, en ce qui concerne les informations préalables à fournir au consommateur, la loi du 5 juillet 2004 y rajoute l'affichage du prix du bien ou du service toutes taxes

comprises, ainsi que l'affichage des frais de livraison, le cas échéant.

Les informations suivantes doivent en tout état de cause être fournies au consommateur, postérieurement à la conclusion du contrat (si elles n'ont pas été fournies préalablement):

- une information écrite sur les conditions et les modalités d'exercice du droit de rétractation au sens de l'article 55,
- l'adresse géographique de l'établissement du prestataire où le consommateur peut présenter ses réclamations,
- les informations relatives aux services après-vente et aux garanties commerciales existants,
- les conditions de résiliation du contrat lorsque celui-ci est à durée indéterminée ou d'une durée supérieure à un an.

Par ailleurs, la nouvelle loi prévoit un délai maximal d'exécution pour le prestataire de 30 jours à partir de la commande, sauf stipulation contraire. En cas d'indisponibilité du bien ou du service commandé, le consommateur doit être informé de cette indisponibilité par écrit et le contrat est résolu de plein droit. D'éventuels paiements faits en avance doivent être remboursés au plus tard dans un délai de 30 jours, sous peine d'une majoration de plein droit au taux d'intérêt légal.

Le délai de rétractation est porté de 7 jours à 7 jours ouvrables.

En cas de rétractation, le consommateur devra être remboursé sans frais, mis à part les frais directs de renvoi des marchandises. En cas de non-remboursement endéans les 30 jours, la somme à rembourser sera majorée de plein droit des intérêts au taux légal.

Enfin, le consommateur ne peut renoncer aux droits qui lui sont conférés par la loi.

## 2. Légalité de la vente à perte en matière de commerce électronique

On sait que la vente à perte est prohibée aux termes de l'article 20 (1) de la loi du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales. Le paragraphe (4) de cet article prévoit un certain nombre de cas dans lesquels cette interdiction n'est pas applicable. Par la loi du 5 juillet 2004, la vente à perte est désormais également admise pour les biens et les prestations de services offerts ou vendus par voie électronique.

## 3. Abandon de l'acceptation spéciale requise pour certaines conditions générales

Enfin, la loi du 5 juillet 2004 a abrogé l'article 1135-1 alinéa 2 du Code civil. Cet alinéa disposait que «*sauf acceptation spéciale par écrit, sont toujours inopposables les clauses qui prévoient en faveur de celui qui a établi les conditions générales des limitations de responsabilité, la possibilité de se retirer du contrat ou d'en différer l'exécution, le recours obligatoire à l'arbitrage, ainsi que celles attribuant compétence à d'autres juridictions que celles normalement compétentes*».

Etant donné qu'une telle acceptation spéciale est difficile, sinon impossible à réaliser en matière de commerce électronique, le législateur a décidé d'abroger la disposition en question de sorte qu'une acceptation spéciale par écrit n'est plus requise pour les conditions générales suivantes:

- clauses limitatives ou exonératoires de responsabilité,
- clause prévoyant la possibilité de se retirer du contrat ou d'en différer l'exécution,
- clauses d'arbitrage,
- clauses juridictionnelles. ■

Si l'aménagement de vos bureaux présente quelques lacunes, appelez-nous.



Pour l'aménagement de vos bureaux, il vaut toujours mieux faire appel à un spécialiste. Ergonomie, confort, esthétique, Bureau Moderne est à vos côtés pour créer un cadre de travail optimal où il fait bon vivre. **Nous avons la solution qu'il vous faut.**

7A Rue de Bitbourg · Z.I. de Hamm · L-1273 Luxembourg · Tél. 42 38 83 1 · Fax 42 67 45  
bm@bureau-moderne.lu · www.bureau-moderne.lu · www.b-m.lu

  
BUREAU MODERNE

## Projets de loi

### soumis pour avis à la Chambre de Commerce

**N**ous reproduisons en annexe les projets de loi et les projets de règlements grand-ducaux dont la Chambre de Commerce a été saisie pour avis. Une copie intégrale des projets sous rubrique peut être obtenue sur sim-

ple demande auprès de la Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39-330.

végétaux ou aux produits végétaux. (2876MCH)

■ **Ministère de la Santé**  
Projet de règlement grand-ducal modifiant les annexes du règlement grand-ducal modifié du 28 mai 1993 fixant les mesures de protection contre l'introduction et la propagation d'organismes nuisibles aux

■ **Ministère d'Etat - Communications**  
Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 16 juillet 1999 portant nomenclature et classification des établissements classés (2878TTO) ■

Valables à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2004

## Paramètres sociaux

NOMBRE INDICE APPLICABLE:		636,26
Unité:		€
1) MINIMA ET MAXIMA COTISABLES		
Salaire social minimum mensuel		1.438,01
Minimum cotisable actifs (tous les régimes)		salaire horaire
18 ans et plus non qualifié	100 %	8,3122 1.438,01
17 à 18 ans	80 %	6,6498 1.150,41
15 à 17 ans	75 %	6,2342 1.078,51
18 ans et plus qualifié	120 %	1.725,61
Minimum cotisable pensionnés (assurance maladie)		130 % 1.869,41
Maximum cotisable (tous les régimes)		7.190,06
2) ASSURANCE PENSION		
Pension minimum personnelle		1.294,43
Pension minimum de conjoint survivant		1.294,43
Pension minimum d'orphelin		351,77
Pension personnelle maximum		5.992,74
Seuil inférieur anti-cumul pension + revenu		1.725,91
Seuil inférieur anti-cumul conjoint survivant		2.157,39
Revenu professionnel immunisé		958,84
Allocation de fin d'année (1/12) (carrière de 40 ans)		46,08
Forfait d'éducation (par enfant)		82,78



3) PRESTATIONS FAMILIALES		
a) Allocations familiales		
- montant pour 1 enfant		181,08
- montant pour 2 enfants		429,98
- montant pour 3 enfants		783,18
- montant pour 4 enfants		1.136,12
- montant pour 5 enfants		1.489,15
Majorations d'âge		
- par enfant âgé de 6 - 11 ans		15,78
- par enfant âgé de 12 ans et plus		47,34
Allocation spéciale supplémentaire		181,08
b) Allocation d'éducation		
- montant plein	100 %	473,19
- montant réduit à	50 %	236,56
Revenu professionnel pris en compte en cas d'activité des deux parents		
- 1 enfant à charge		4.149,00
- 2 enfants à charge		5.532,00
- plus de 2 enfants à charge		6.915,00
c) Allocation de rentrée scolaire (montant par enfant)		
- 1 enfant	de 6 à 11 ans	110,39
- groupe de 2 enfants		189,29
- groupe de 3 enfants et plus		268,12
- 1 enfant	12 ans et plus	157,73
- groupe de 2 enfants		236,56
- groupe de 3 enfants et plus		315,46
d) Allocation de naissance (3 tranches)		
- montant par tranche		565,89
e) Allocation de maternité (maximum 16 semaines)		
- montant par semaine		189,29
f) Congé parental – indemnité forfaitaire mensuelle		
- congé à plein temps		1.734,95
- congé à temps partiel		867,48
4) REVENU MINIMUM GARANTI (RMG) ET AUTRES PRESTATIONS MIXTES		
(versés sous conditions de ressources)		
Montant par mois	- 1 <sup>re</sup> personne adulte	1.024,31
	- communauté domestique de deux personnes adultes	1.536,50
	- personne adulte supplémentaire	293,06
	- enfant	93,21
	- majoration pour impotence	567,80
Revenu pour personnes handicapées		1.024,31
Allocation pour personnes gravement handicapées		567,80
Allocation de soins		567,80
5) ASSURANCE DEPENDANCE		
Valeur monétaire pour les établissements d'aides et de soins	par heure	35,82
Valeur monétaire pour les réseaux d'aides et de soins	par heure	48,00
Montant maximal des prestations en espèces	par semaine	252,00
Produits nécessaires aux aides et soins	par mois	47,34
Abattement assiette cotisable - 25 % ssm. non qualifié de 18 ans		359,50

(Communiqué par l'Inspection générale de la sécurité sociale)

# Barème des Indemnités d'Apprentissage mensuelles minima applicable à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2004, indice 636,26

INDEMNITÉS D'APPRENTISSAGE MINIMA (BRUT/MOIS)			
pour	Vendeur, Magasinier, Décorateur, Dessinateur en Bâtiment	Agent de Voyages	Employé administratif et commercial
1 <sup>re</sup> année	410,39 €	487,18 €	
2 <sup>e</sup> année	522,56 €	605,85 €	
3 <sup>e</sup> année	760,20 €	861,05 €	861,31 €

Une «**prime d'encouragement**» de 10 % de l'indemnité annuelle sera allouée aux apprentis des professions de vendeur, de magasinier, de décorateur, de dessinateur en bâtiment, d'agent de voyages et d'employé administratif et commercial, à condition:

- qu'ils aient terminé avec succès leur année d'apprentissage.
- qu'ils aient obtenu des notes suffisantes consignées par le formateur dans le carnet d'apprentissage.
- qu'ils n'aient pas totalisé des absences répétées de plus de 30 jours dans l'entreprise pendant la période annuelle de référence.

Cette prime est à calculer sur le total des indemnités allouées à l'apprenti pendant la période de référence du 1<sup>er</sup> octobre au 30 septembre.

**Elle est à la charge de l'employeur et est à payer au plus tard le 31 décembre suivant.**

INDEMNITÉS D'APPRENTISSAGE MINIMA (BRUT/MOIS) POUR LES APPRENTIS DE L'APPRENTISSAGE PRÉPARATOIRE AU CITP EN VENTE	
1 <sup>re</sup> année	369,41 €
2 <sup>e</sup> année	410,39 €

INDEMNITÉS D'APPRENTISSAGE MINIMA (BRUT/MOIS) POUR LES APPRENTIS DE LA PROFESSION D'ASSISTANT EN PHARMACIE	
3 <sup>e</sup> année	861,36 €

INDEMNITÉS D'APPRENTISSAGE MINIMA (BRUT/MOIS) LES VALEURS RESPECTIVES DES RÉNUMÉRATIONS EN NATURE INCLUSES			
pour	CATP Cuisinier	CATP Serveur de restaurant	CITP en Cuisine/Service
1 <sup>re</sup> année	597,00 €	550,30 €	495,26 €
2 <sup>e</sup> année	750,91 €	708,98 €	550,30 €
3 <sup>e</sup> année	858,00 €		

INDEMNITÉS D'APPRENTISSAGE (BRUT/MOIS)			
pour	Mécanicien industriel et de maintenance, Mécanicien d'usinage, Electronicien en énergie, Informaticien	Mécatronicien	Mécanicien d'avions
1 <sup>re</sup> année	462,31 €	131,33 €	266,95 €
2 <sup>e</sup> année	607,06 €	262,65 €	793,51 €
3 <sup>e</sup> année	793,54 €	341,45 €	

### Remarque: en cas de prorogation du contrat d'apprentissage

- En cas de réussite aux épreuves pratiques de l'examen de fin d'apprentissage sans avoir réussi aux épreuves théoriques, les apprentis ont droit à une indemnité de 1153,73 € par mois.
- En cas d'échec aux épreuves pratiques de l'examen de fin d'apprentissage, les apprentis ont droit à l'indemnité d'apprentissage de la 3<sup>e</sup> année, qu'ils aient ou n'aient pas réussi les épreuves théoriques.

# FORUM CREATION D'ENTREPRISES



# La Passion d'entreprendre

↓  
renseignements  
et inscriptions  
sur  
[www.cc.lu](http://www.cc.lu)

**Vendredi 22 octobre 2004 à partir de 16.00 heures**  
dans les locaux de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

ADVANTAGE



CNPEE



**POUR TOUT RENSEIGNEMENT ET INSCRIPTION**

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg | 7, rue Alcide de Gasperi | L-2981 Luxembourg | Téléphone (+352) 42 39 39-354 ou -332 | Fax (352) 43 83 26  
e-mail: [entreprises@cc.lu](mailto:entreprises@cc.lu)

# Le secteur





# sports et loisirs



**D**ans ce numéro, le chef d'entreprise Norbert Friob continue son analyse du commerce luxembourgeois en présentant quelques grands acteurs du secteur sports et loisirs.

**L**e marché du sport est en pleine effervescence et connaît une progression régulière dans la majorité des pays d'Europe. Cela est dû essentiellement au fait que le sport n'est plus réservé à une élite mais aussi aux sportifs occasionnels qui constituent la principale clientèle du secteur. La pratique du sport est poussée par le corps médical et de ce fait elle est intégrée dans une hygiène de vie globale, au même titre qu'une alimentation équilibrée. Globalement il ne s'agit pas de réaliser des performances, mais de pratiquer une activité sportive pour se sentir mieux et parfois pour chercher une bonne base d'adrénaline (parapente etc.). La priorité de l'aspect «santé» est confirmée par le fait que le «cardiofitness» domine largement la musculation.

Globalement entre les produits techniques et une mode omniprésente,

la clientèle du secteur est très courtisée par de nombreux types de commerces.

C'est sur le secteur du textile et de la chaussure que se concentrent la majorité des acteurs, car les marges sont les plus confortables. Une bonne marge ne suffit cependant pas à assurer la rentabilité, si la rotation des stocks est insuffisante. Cette gestion est devenue très délicate, car pour la seule chaussure de jogging, la majorité des nombreux fabricants lancent au moins trois collections par an.

Comme cela a déjà été signalé dans les précédents articles, deux importants départements du secteur sports et loisirs concernent les articles d'habillement et les chaussures. Pour ces derniers le positionnement peut varier de la gamme complète à des positionnements de type masculin axé sur le sportwear au plus fémi-



nin. L'arrivée en masse de la population féminine sur le terrain sportif a provoqué une nouvelle approche des fabricants qui plus que par le passé proposent des gammes féminines. Certains se consacrent à des produits uniquement destinés aux femmes avec une orientation mode ou encore des produits plus techniques avec des chaussures conçues pour le vrai sport, et pour terminer des nouveautés pour les tranches d'âge 15-24 ans et d'autres gammes style de vie avec une offre très mode et très sport pour les tranches de 24-35 ans.

#### RÉPARTITION DU MARCHÉ DE LA CHAUSSURE DE SPORT (%)

Usage loisir:	65,3
Usage sport:	32,9
Enfant:	1,8

Avec 36,178 millions de paires en 2002, les chaussures de sport ont vu leurs ventes croître de 3 % par rapport à 2001.

Source: France LSA

Le «sportwear» concerne une clientèle de plus en plus large qui ne se limite pas aux sportifs acharnés. D'ailleurs il est à remarquer que de nombreux achats effectués par les consommateurs sont destinés à être portés au quotidien.

Le secteur du sport et des loisirs comprend de nombreuses familles de produits vendus par tous les types de commerce depuis le petit commerce urbain en périphérie très spécialisé en passant par les grands magasins, les grandes et moyennes surfaces spécialisées avec un assortiment large et profond, les hypermarchés et certaines enseignes qui testent le discount.

Par ailleurs les grandes marques ouvrent des «Flagship Store» dans

les grandes villes ex.: NIKE a ouvert des «Concept Stores» à Paris-Madrid-Barcelone. Ils s'implantent également dans Outlet Mall comme NIKE à Messancy et Talange. Les producteurs PUMA et ADIDAS suivent la même voie. Ce dernier exploite une boutique de 1.600 m<sup>2</sup> rue de Rivoli à Paris.

Ci-après vous trouverez les lieux d'achat préférés des Allemands pour les vêtements de sport qui avec les chaussures constituent un marché important. Ce tableau est extrait d'une intéressante étude commandée par l'éditeur MILCHSTRASSE. Elle souligne que 40 % des Allemands entre 16 et 39 ans pratiquent régulièrement du sport et fitness et que leur nombre est croissant.

#### KAUFE SPORTKLEIDUNG IM ... (%)

Sportfachgeschäft:	51,5
Kaufhaus:	50,0
Sportkaufhaus:	49,5
Schuhfachgeschäft:	40,5
Versandhandel:	30,0
Super-/Verbrauchermarkt:	27,5
Sportschuhgeschäft:	23,0
Bekleidungshaus:	23,0
Werksverkauf:	11,0

Quelle: Handels Journal

Les activités classiques comme le cyclisme, la natation, le jogging, la marche et la gymnastique sont les plus prisées. D'après la même étude le nombre de pratiquants des sports de l'extrême serait supérieur à celui des joueurs de golf. Les pratiquants du sport sont davantage que pour les produits de consommation courante, disposés à acheter des produits de marque et de qualité, car ils sont très exigeants.

Comme le montre le tableau, les magasins spécialisés rencontrent la

faveur du consommateur. Il est cependant constaté que si seulement 7 % des hommes achètent leurs vêtements de sport dans les boutiques, 18 % des femmes interrogées optent pour ce type de magasin.

#### ■ Les acteurs

Le n° 1 européen et n° 5 mondial, le Français DECATHLON qui présente un assortiment complet, offre dans une vingtaine de rayons des produits allant de la course à la spéléologie qu'il regroupe sous huit univers, la montagne, l'eau, les sports collectifs, le cycle, la nature, le fitness-running, les sports de balles et l'habillement multisport.

Avant de faire un tour d'horizon des acteurs luxembourgeois et des principaux acteurs à nos frontières, il est à noter que le n° 1 mondial, l'Américain FOOT-LOCKER INC avec l'ordre de 3.600 magasins dont un à Luxembourg a réalisé un chiffre d'affaires de 4,5 milliards de dollars en 2002.

#### Au Luxembourg

Le secteur du sport concerne de nombreux commerces, d'après le Statec 113 entreprises sont répertoriées, sans compter les hypermarchés et certains commerces spécialisés.

Parmi les grandes surfaces spécialisées, nous citerons CITABEL qui, sur une surface de 4.000 m<sup>2</sup>, présente un assortiment large et profond. CITABEL (à Leudelange) est membre du groupement Intersport (4.000 magasins), sans en avoir adopté l'enseigne; ni l'ensemble de l'assortiment au contraire des associés d'Intersport à Bertrange. Dans le même style, nous citerons ASPORT exploité par la même famille que les PALL CENTER. ASPORT a ouvert

une moyenne surface à Ingeldorf et à Winckrange.

Parmi les moyennes surfaces, nous citerons le succursaliste PRIMO avec un magasin à Junglinster et un à Sandweiler et également A.S. ADVENTURE à Howald. Ce dernier est plutôt orienté vers les sports nature. L'outdoor serait d'après les experts du secteur, l'un des segments les plus dynamiques du marché du sport.

Les magasins généralistes et spécialisés sont le plus souvent installés dans les centres commerciaux périphériques ou les centres urbains. Parmi les magasins traditionnels généralistes, nous citerons KELLER SPORT, CAMPO SPORT avec 3 magasins, FREELANDERS avec 2 magasins, SPORT-PLUS avec 4 magasins. Les deux derniers cités sont membres du groupement Sport 2000.

Ce groupe totalise de l'ordre de 3.000 magasins à l'international et plus de 2.000 magasins en Europe sous l'enseigne Sport 2000.

Parmi les magasins spécialisés et parfois hyperspécialisés nous citerons PETERS SPORT à Kockelscheuer, spécialisé dans la course à pied. PETERS SPORT a ouvert un magasin à Trèves. Le marché du snow-board très dynamique est visé par SURF'IN à Hollerich qui a complété son offre par le skate-board. A la même adresse l'on trouve AQUASPORT spécialisé dans les équipements de plongée avec une école de plongée et BM SPORTS SERVICES spécialisé dans l'outdoor.

Il ne faudrait pas oublier des boutiques spécialisées dans le tennis ainsi que le golf avec YANNICK'S GOLF PRO-SHOP à Junglinster, la chasse avec THINK FRANTZ à Dudelange, la pêche avec FISHING

WORLD à Bettembourg, l'équitation etc. Pour ce dernier sport, il faut remarquer que la grande surface spécialisée GAMM VERT à Gasperich, offre une gamme complète, de la selle jusqu'à la remorque pour le transport des chevaux.

Le marché des vélos a connu un important développement essentiellement sous la tendance «Fitness-Biking» et non comme nouveau moyen de déplacement. La vente de vélo s'effectue par les magasins traditionnels comme KONTZ et GOEDERT, par les grandes surfaces spécialisées INTERSPORT. En France, DECATHLON est devenu le leader de cycles avec un million de cycles vendus par an.

CACTUS à la Belle Etoile et le HELA PROFI CENTER à Bettembourg, présentent un assortiment large de cycles de qualité avec également un service d'entretien.

Les hypermarchés comme AUCHAN profitent également du dynamisme du marché du vélo dopé par la mode du transport écologique. Souvent vendus via le prix, les vélos sont souvent fournis non montés et sont pour l'essentiel des produits étrangers importés de Chine et du Vietnam.

A l'autre extrémité des magasins se sont spécialisés dans la vente et l'entretien de vélos de très haut de gamme ex.: VELO SPORT CENTER à Luxembourg s'adressant à une clientèle exigeante.

Le marché porteur du sport restera un marché disputé et d'aucuns annoncent l'élimination des acteurs les moins performants. En dehors des tendances déjà citées il sera caractérisé par l'arrivée massive des matériaux et des techniques de pointe et par les femmes qui pendant longtemps n'avaient pas intéressé les producteurs.

### DECATHLON

Une enseigne de la famille MULLIEZ (Groupe AUCHAN voir merkur n° 10-2003), est le leader en France et le n° 5 mondial avec 300 magasins, un effectif de l'ordre de 27.000 personnes et un chiffre d'affaires de 3,1 milliards d'euros.

DECATHLON réalise 56 % de son chiffre d'affaires avec des articles à sa marque, mais comme NIKE, il ne fabrique rien. Avec ses 300 chercheurs et designers, on le présente comme l'IKEA du sport. En dehors de ses grandes surfaces de sport, DECATHLON exploite plusieurs parcs à thème. Le plus grand s'étend sur 35 hectares avec un magasin de 5.600 m<sup>2</sup> avec 36.000 références.

DECATHLON a également lancé un type de magasin pour le centre ville ou les galeries commerciales baptisé DECAT! Ces magasins fonctionnent avec un merchandising et un positionnement différent de celui de la maison mère.

Parallèlement à l'ouverture de magasin en Chine, DECATHLON ferme 14 de ses 18 magasins aux USA. Comme beaucoup d'autres avant lui, DECATHLON n'a pas réussi à adapter sa formule à la demande des clients américains.

Les deux principales enseignes françaises DECATHLON et GO SPORT sont présentes à nos frontières. ■

### GO SPORT

Le n° 2 français exploite près de 300 magasins dont la moitié à l'enseigne GO SPORT et les autres sous COURIR et MOVIE-SPORT. La chaîne est contrôlée par le groupe Rallye (Casino). Elle réalise un chiffre d'affaires de 755 millions d'euros en 2003.

Conférence de lancement le 10 novembre 2004

## Campagne nationale «**Prévention des accidents** de trajet et de mission»



**D**epuis les enseignements tirés de l'étude réalisée par l'Union des Entreprises Luxembourgeoises portant sur les accidents du travail, les organisations patronales ont pris la résolution d'enrayer le phénomène des accidents de trajet.

La signature de la Charte portant sur le développement durable par l'UEL le 31 octobre 2003, dont l'aspect sécurité et santé des salariés constitue un volet important, traduit cette volonté des entreprises d'œuvrer en ce sens. Cette volonté est également soutenue par le Ministère du Travail et de l'Emploi qui ensemble avec l'Association d'assurance contre les accidents, l'Inspection du Travail et des Mines, les syndicats LCGB et OGB-L et l'UEL ont signé en date du 19 novembre 2003 une déclaration portant plus spécifiquement sur la santé, la sécurité et le bien-être des salariés.

La charte est aussi une source d'inspiration pour les entreprises

désireuses de s'engager dans une logique de développement durable. Elle constitue une obligation de résultat au niveau interprofessionnel, pour l'UEL et pour ses membres, de sensibiliser les entreprises à s'engager dans cette voie. Si elle ne comporte pas d'obligation juridique pour les entreprises, des codes de bonne conduite et des guides de meilleures pratiques serviront d'outils pour parfaire le processus lancé par la charte.

### ■ **Renverser la tendance actuelle du nombre croissant des accidents de trajet**

L'objectif de cette campagne de sensibilisation qui s'inscrit dans la logique du développement durable adoptée par l'UEL est de renverser la tendance actuelle du nombre croissant des accidents de trajet. Il découle en effet d'une étude réalisée par l'UEL en 2002 sur les accidents du travail que le taux relatif des accidents du travail proprement dits est en baisse constante depuis une demi-douzaine d'années, alors que celui des accidents de trajet connaît une forte progression.

Ainsi en 2003, quelque 19 % des personnes tuées dans un accident de la circulation se trouvaient en déplacement lors d'un trajet domicile-travail dans le cadre soit d'une mission professionnelle, soit d'une occupation de conducteur professionnel. Les accidents de la circulation représentent pour la même année près de 67 % des décès occa-

sionnés par un accident du travail, ce qui signifie que les salariés sont davantage victimes de la route que victimes des risques occasionnés sur leur lieu de travail.

### ■ **Les parties prenantes**

Afin d'endiguer ce phénomène de la croissance des accidents de trajet, l'UEL a, ensemble avec ses membres, pris l'initiative de lancer une vaste campagne de sensibilisation et d'information. Elle est soutenue dans cette action par des organisations engagées dans la prévention de ces accidents, en l'occurrence l'AAA, l'ITM, la Sécurité Routière, les syndicats LCGB et OGB-L. Il s'agit en particulier pour cette campagne de sensibiliser toutes les parties prenantes à l'envergure du problème des accidents de trajet. Cette campagne nécessite non seulement la coopération des entreprises, mais également celle des salariés, premiers concernés par cette problématique.

### ■ **Lancement de la campagne de sensibilisation – les cibles**

La campagne en question sera lancée le 10 novembre prochain par une conférence nationale visant à sensibiliser les chefs d'entreprise, les délégués à la sécurité, les travailleurs désignés et les coordinateurs de sécurité et de santé sur chantier à l'envergure du problème des accidents de trajet. Il s'agit de motiver un grand nombre de multiplicateurs en vue d'influencer le



comportement des salariés et de sensibiliser tous les travailleurs et partant le grand public à ce phénomène et à ses conséquences.

### ■ Propositions d'actions

Parmi les moyens préconisés pour éviter le risque d'accident, différentes pistes de réflexion seront soumises à discussion telle la mise en place de plans d'actions ciblés pour les domaines touchant aux trajets domicile/travail, à la gestion et à la communication interne de l'entreprise, à l'organisation des déplacements, au perfectionnement du conducteur entre autres. La mise en œuvre de tout plan d'action sera tributaire des critères de la gravité et de l'urgence, mais aussi de facilité de sa mise en pratique et de son rapport coût-efficacité.

### ■ Evaluation du risque

Une évaluation du risque sera proposée aux entreprises comme faisant partie intégrante de l'évaluation des risques professionnels. Minimiser l'exposition au risque d'accidents de trajet et de mission deviendra possible dès qu'un concept de prévention sur mesure aura été mis en place au sein d'une entreprise donnée.

### ■ Partenariats

Les entreprises sont bien conscientes que le succès de leur action de sensibilisation au risque d'accident de trajet dépend d'une bonne collaboration entre toutes les parties prenantes et, au-delà, avec les pouvoirs publics.

Enfin, cette collaboration doit s'étendre dans le cadre du dialogue

social et au niveau des relations entre entreprises.

### ■ Mise à disposition de matériel de sensibilisation

Une documentation complète de sensibilisation sera mise à la disposition des entreprises, à savoir une présentation Powerpoint, un manuel de prévention «12 mois, 12 sujets» et un guide d'autoévaluation. Une traduction de la documentation en question est prévue dans les langues allemande, anglaise et portugaise. Une partie de ce matériel ainsi que les versions traduites pourront être téléchargées d'un site Internet spécifique qui sera mis en place pour cette action. Un dépliant d'information sera disséminé au grand public à l'issue de la conférence.

*(Communiqué par l'UEL)* ■

## Programme préliminaire:

La conférence de lancement de la campagne nationale portant sur la «Prévention des accidents de trajet et de mission» aura lieu le mercredi 10 novembre 2004 à 16.30 heures à la Chambre de Commerce, 7 rue Alcide de Gasperi, Luxembourg-Kirchberg:

16.30 heures	Accueil des invités
17.00 heures	Allocution de bienvenue et introduction générale du thème «Prévention des accidents de trajet et de mission», par M. Michel Wurth, Président de l'UEL
17.10 heures	Envergure du problème lié aux accidents de trajet et de mission et propositions de remèdes par M. Paul Hammelmann, Administrateur de l'UEL
17.40 heures	Exemple de bonne pratique
17.55 heures	Allocution par le Ministre du Travail et de l'Emploi
18.05 heures	Exemple de bonne pratique
18.20 heures	Allocution par le Ministre de la Sécurité Sociale
18.30 heures	Exemple de bonne pratique
18.45 heures	Allocution par le Ministre des Transports
18.55 heures	Intervention de la part de Monsieur Jean-Claude Reding, Secrétaire général de l'OGB-L
19.10 heures	Mot de clôture par M. François Moes, Vice-Président de l'UEL
19.20 heures	Réception

Les inscriptions à la conférence avec indication du nom, prénom, fonction, entreprise et coordonnées des participants peuvent se faire jusqu'au 3 novembre 2004 par fax au 26009-799 ou par e-mail: [trajet@uel.lu](mailto:trajet@uel.lu), Tout renseignement complémentaire peut être sollicité auprès de l'UEL (tél. 26009-793 – Madame Michèle Marques).

# Signature d'une charte commune entre partenaires sociaux pour promouvoir l'égalité des chances et l'accès à l'emploi des **personnes handicapées**

**C**'est en date du 20 septembre 2004 que les représentants des syndicats OGB-L «Onofhängege Gewerkschaftsbond Lëtzebuerg», LCGB «Lëtzebuerger Chrëschtliche Gewerkschaftsbond» et l'UEL (Union des Entreprises Luxembourgeoises) ont apposé leur signature sur une «Charte commune pour promouvoir l'égalité des chances et l'accès à l'emploi des personnes porteuses de handicaps».

Cette charte entend faire perdurer l'esprit de l'année européenne des personnes handicapées au-delà de l'année 2003 et porte sur l'égalité des chances et l'accès à l'emploi des personnes porteuses de handicaps, tout particulièrement dans les

domaines de l'emploi, de l'accès à la formation professionnelle continue, du développement des compétences et des qualifications tout au long de la vie et du respect de la dignité des personnes handicapées.

Pour garantir un succès dans l'emploi des personnes handicapées, l'OGB-L, le LCGB et l'UEL identifient les moyens à mettre en œuvre dans la charte en question dont entre autres l'élimination des discriminations, la valorisation de l'aptitude, la promotion de l'emploi, la mise en place de solutions sur mesure et la mobilisation de tous les acteurs concernés.

La charte prévoit différentes stratégies pour atteindre ces objectifs dont par exemple:

- la sensibilisation des responsables de la politique du personnel des entreprises aux droits et à la situation des personnes handicapées;
- la promotion de l'égalité des chances pour les personnes handicapées dans tous les domaines;
- la facilité des échanges d'expériences et la mise en œuvre de stratégies efficaces;
- le renforcement de la coopération entre tous les acteurs concernés, y compris les pouvoirs publics et les personnes handicapées elles-mêmes.

*(communiqué par l'UEL)* ■

## FEDIL

# Première évaluation des **incidences subies** lors du black-out du 2 septembre 2004

**E**n date du lundi, 20 septembre 2004, le groupe de travail «Affaires industrielles» de la FEDIL, composé d'un échantillon représentatif d'entreprises industrielles, s'est réuni afin de procéder, entre autres, à une première évalu-

ation quantitative et qualitative des incidences subies par les entreprises lors du black-out du 2 septembre dernier et de discuter des futures démarches de la FEDIL à ce sujet.

Force est de constater que la panne d'électricité a directement

affecté la quasi-totalité des industries manufacturières, à l'exception des usines connectées au réseau SOTEL. L'incident dont les effets négatifs se sont prolongés au-delà de la coupure proprement dite, a perturbé voire mis à l'arrêt des lignes de production,

provoquant ainsi dans la majorité des cas une perte de production, et par conséquent, un manque à gagner substantiels pouvant être évalués, à ce stade, à quelques millions d'euros. En effet, dans certains cas, les opérations de nettoyage, de reprogrammation, de redémarrage ou de remplacement de machines de production défectueuses se sont prolongées pendant quelques dizaines d'heures à compter du moment du rétablissement du courant. Il est un fait que les outils de production modernes hautement sophistiqués exigent un approvisionnement électrique de très haute qualité. Vu l'impossibilité de

provoquant ainsi dans la majorité des cas une perte de production, et par conséquent, un manque à gagner substantiels pouvant être évalués, à ce stade, à quelques millions d'euros. En effet, dans certains cas, les opérations de nettoyage, de reprogrammation, de redémarrage ou de remplacement de machines de production défectueuses se sont prolongées pendant quelques dizaines d'heures à compter du moment du rétablissement du courant. Il est un fait que les outils de production modernes hautement sophistiqués exigent un approvisionnement électrique de très haute qualité. Vu l'impossibilité de

provoquant ainsi dans la majorité des cas une perte de production, et par conséquent, un manque à gagner substantiels pouvant être évalués, à ce stade, à quelques millions d'euros. En effet, dans certains cas, les opérations de nettoyage, de reprogrammation, de redémarrage ou de remplacement de machines de production défectueuses se sont prolongées pendant quelques dizaines d'heures à compter du moment du rétablissement du courant. Il est un fait que les outils de production modernes hautement sophistiqués exigent un approvisionnement électrique de très haute qualité. Vu l'impossibilité de

provoquant ainsi dans la majorité des cas une perte de production, et par conséquent, un manque à gagner substantiels pouvant être évalués, à ce stade, à quelques millions d'euros. En effet, dans certains cas, les opérations de nettoyage, de reprogrammation, de redémarrage ou de remplacement de machines de production défectueuses se sont prolongées pendant quelques dizaines d'heures à compter du moment du rétablissement du courant. Il est un fait que les outils de production modernes hautement sophistiqués exigent un approvisionnement électrique de très haute qualité. Vu l'impossibilité de

provoquant ainsi dans la majorité des cas une perte de production, et par conséquent, un manque à gagner substantiels pouvant être évalués, à ce stade, à quelques millions d'euros. En effet, dans certains cas, les opérations de nettoyage, de reprogrammation, de redémarrage ou de remplacement de machines de production défectueuses se sont prolongées pendant quelques dizaines d'heures à compter du moment du rétablissement du courant. Il est un fait que les outils de production modernes hautement sophistiqués exigent un approvisionnement électrique de très haute qualité. Vu l'impossibilité de

provoquant ainsi dans la majorité des cas une perte de production, et par conséquent, un manque à gagner substantiels pouvant être évalués, à ce stade, à quelques millions d'euros. En effet, dans certains cas, les opérations de nettoyage, de reprogrammation, de redémarrage ou de remplacement de machines de production défectueuses se sont prolongées pendant quelques dizaines d'heures à compter du moment du rétablissement du courant. Il est un fait que les outils de production modernes hautement sophistiqués exigent un approvisionnement électrique de très haute qualité. Vu l'impossibilité de

provoquant ainsi dans la majorité des cas une perte de production, et par conséquent, un manque à gagner substantiels pouvant être évalués, à ce stade, à quelques millions d'euros. En effet, dans certains cas, les opérations de nettoyage, de reprogrammation, de redémarrage ou de remplacement de machines de production défectueuses se sont prolongées pendant quelques dizaines d'heures à compter du moment du rétablissement du courant. Il est un fait que les outils de production modernes hautement sophistiqués exigent un approvisionnement électrique de très haute qualité. Vu l'impossibilité de



- **BETONBOHREN UND -SAEGEN**
- **BETONBEISSEN UND HYDRAULISCHES PRESSEN**
- **VERANKERUNGEN JEDER ART**
- **BETONSCHLEIFEN UND -FRAESEN**
- **MAUERWERKSTROCKENLEGUNG**

Foralux s.à r.l. z.i. L-8287 Kehlen  
Tél: +352 30 71 52 Fax: +352 30 71 58  
[www.foralux.lu](http://www.foralux.lu) [contact@foralux.lu](mailto:contact@foralux.lu)

**TÜV CERT**  
ISO 9001 : 2000  
Certificat N° 01 100 037065

**FORA** SARL  
FORAGE ET SCIAGE  
BETON  
**LUX**

## Fédération des femmes chefs d'entreprise

# FFCEL: Une nouvelle a.s.b.l. pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin

**S**uite au Forum «Femmes et Entreprises: Créer son entreprise et participer à un réseau d'échanges», une initiative de l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) et du ministère pour l'Égalité des Chances, a eu lieu, en date du 14 septembre 2004, la création de la Fédération des femmes chefs d'entreprise, a.s.b.l. (FFCEL).

Le conseil d'administration est constitué de mesdames Claudine Speltz, présidente, Doris de Paoli, vice-

présidente, Joëlle Letsch, secrétaire générale, Marie Saint-Médard, secrétaire, et Nicole Avez-Nana, trésorière, qui forment le bureau de l'association, et de mesdames Valérie Dubois, Eva Ferranti, Maria Pietrangeli et Clara Moraru, qui en sont membres. Toutes sont membres fondateurs avec mesdames Lydie Lorang et Josiane Eipers.

Les statuts de la fédération contiennent divers objectifs qui constituent tous des préoccupations et des revendications de l'entrepreneuriat

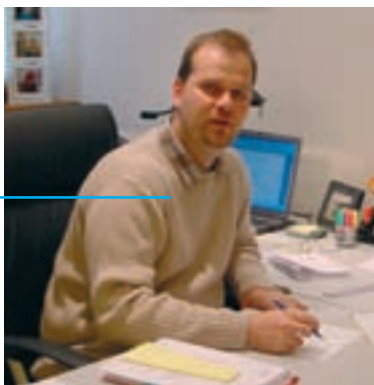
féminin et que la fédération compte respectivement défendre et faire aboutir vis-à-vis de la législation et de l'opinion publique. Il s'agit en particulier de montrer et de renforcer le rôle de l'entrepreneuse dans l'économie luxembourgeoise.

L'acte de constitution sera suivi à brève échéance de plusieurs réunions de bureau qui auront essentiellement pour objet de fixer les lignes directrices du fonctionnement de la fédération. ■

## Munshausen

# Guichet Unique PME: conseils individualisés et proximité

*M. Yves Karier est le nouveau gérant du Guichet Unique PME du Nord.*



de ce Guichet Unique PME sont multiples.

Le Guichet Unique PME a pour première mission d'assurer un service de conseil économique, juridique et technique individualisé aux petites et moyennes entreprises implantées et à implanter dans la région couverte par le territoire des communes signataires dans les secteurs de l'artisanat, du commerce, de l'industrie, de l'horeca, du tourisme, du transport et de tous les autres services.

Le Guichet Unique PME organisera également des séances d'information et de formation ayant pour but la formation des responsables

d'entreprises sur différents sujets d'actualité. Ces séminaires d'information et de formation sont à considérer comme un complément à ceux organisés par la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers.

Par ailleurs, le Guichet Unique PME organisera des forums régionaux de discussion entre les acteurs politiques et les chefs d'entreprises de la région dans le but de travailler en synergie et de créer d'éventuels partenariats.

Finalement, le Guichet Unique PME collaborera étroitement avec les syndicats de communes signataires quant à la gestion des demandes d'implantation des entreprises,



au suivi, à l'analyse financière et à la coordination des décisions avec les ministères compétents.

Le Guichet Unique existait déjà entre 1996 et 1999, grâce au programme communautaire Leader II, en collaboration avec les chambres patronales.

Suite au succès incontestable de cette première expérience, le Syndi-

cat intercommunal pour la promotion du canton de Clervaux (S.I.CLER.), le Syndicat intercommunal de la vallée de l'Our, le Syndicat intercommunal pour la création, l'aménagement, la promotion et l'exploitation d'une zone d'activités économiques à caractère régional Wiltz/Winsele, le Syndicat intercommunal pour l'aménagement et la gestion du parc

naturel de la Haute-Sûre et plus d'une vingtaine de communes de la région, ont décidé de relancer cette structure qui se distingue par ses conseils individualisés et sa proximité aux PME.

A noter que ce projet est cofinancé à 50 % par le service du Développement rural du Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural. ■

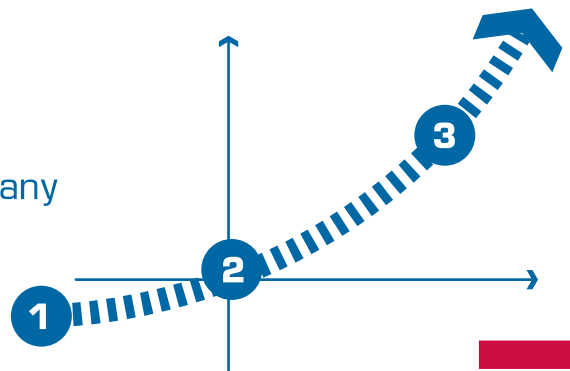
Pour de plus amples informations : Guichet Unique PME,  
M. Yves Karier, 11 Duarrefstrooss, L-9766 Munshausen, tél.: +352 92 99 36, e-mail: guichet.unique@sicler.lu

# You

- Are a high-tech entrepreneur or company
- Want to achieve rapid growth

# At Technoport

- Get immediate access to our high quality infrastructure
- Benefit from our tailor-made services
- Join our high growth network of 26 companies



to get started



[www.technoport.lu](http://www.technoport.lu)

**THE PREMIER HIGH-TECH INCUBATOR**

# L'Environnement le **Protocole**

**D**ans le forum du mois, le Merkur donne carte blanche à des personnalités du monde des entreprises pour analyser et commenter des dossiers d'actualité. Dans ce numéro, le Président de la Confédération des Classes Moyennes, M. Norbert Friob, présente ses réflexions sur le débat public qui entoure le protocole de Kyoto.

**A** l'heure où le protocole de Kyoto est au centre des débats, je suis conscient de la nature polémique de mes écrits. Je pense néanmoins qu'il est utile d'apporter un autre éclairage du problème que la seule doctrine officielle répandue depuis le milieu des années 80.

De plus, la particularité du Luxembourg fait que l'achat de carburants consommés ailleurs nous pose des problèmes. Il faut pourtant être naïf pour croire que la consommation globale sera réduite par une augmentation des prix des carburants au Luxembourg, alors qu'au même moment la Chine connaît une expansion accélérée et s'annonce hautement polluante avec

ses immenses réserves de charbon fortement soufré et naturellement chargé de particules radioactives.

A l'heure où la création d'emplois est considérée comme problème numéro un et que l'encouragement de l'entrepreneuriat est la seule voie pour la création de vrais emplois, il est difficile pour les entrepreneurs et ceux qui envisagent de le devenir de faire face aux actions des écologistes et autres mouvements anti-mondialistes qui vilipendent l'entreprise exploiteuse, polluante, dangereuse, harceleuse et j'en passe.

Reconnaissons cependant aux écologues qu'ils ont réussi à sensibiliser les citoyens et modifier leur comportement face à de réels problèmes.

## ■ **Bonnes nouvelles du climat**

Après les grosses chaleurs de l'été 2003, le climat est plus que jamais revenu au premier plan de l'actualité. Le titre de cet article risque donc de surprendre, car il est connu que pour agiter les médias la peur est un meilleur fonds de commerce que la raison.

Jean-Paul Croizé est d'avis que les écologues joueraient sans scrupules sur les grandes peurs modernes et pousseraient au catastrophisme pour mieux influencer l'opinion publique, financer leurs hobbies et à l'occasion saper les bases du système capitaliste.

Heureusement des émissions comme celle passée récemment sur

# et de Kyoto

ARTE et intitulée «Climat: on nous cache tout, on nous dit rien» vont à l'encontre du discours catastrophique ambiant. L'émission a montré que les scientifiques ne nient pas le réchauffement de la planète, même s'il n'est pas global, car certaines régions se refroidissent tandis que d'autres se réchauffent. Il est par contre impossible de prouver que l'adoucissement soit dû uniquement aux actions humaines. Le présent article a comme objectif de balayer certaines idées reçues et d'apporter un peu d'optimisme dans un débat dominé par les discours d'intégristes pour qui il semblerait que le confort des humains serait finalement moins important que celui des papillons.

Je suis cependant d'accord qu'il faut encourager la préservation des milieux naturels avec sa faune et sa flore. Il reste à définir les priorités, car on ne fait pas d'omelettes sans casser d'œufs.

## ■ **Réflexions sur l'homme et son influence sur le climat**

Ma démarche est celle d'un amoureux de la nature capable d'en apprécier tous les charmes et de s'engager pour la protéger sans pour autant être un écologiste au sens que l'on donne aujourd'hui à ce terme. D'ailleurs les écologistes n'ont pas le monopole de la protection et de l'amour de la

nature et il n'est pas nécessaire d'en porter l'étiquette pour agir.

En 1978, j'ai planifié et construit ma maison en utilisant des matériaux écologiques, en l'isolant parfaitement, en l'orientant avec de grandes baies vitrées et débordement de toitures au sud et de petites fenêtres au nord, en installant des panneaux solaires et une pompe à chaleur et en modifiant le plan initial pour éviter de devoir couper les vieux arbres dans le verger où la maison a été construite.

J'ai commencé à m'intéresser plus particulièrement au sujet du temps où j'étais président européen du négoce de bois fin des années 80. A l'époque, des activistes se sont engagés dans des opérations de boycott contre l'utilisation du bois et plus particulièrement des bois tropicaux avec comme résultat des effets pervers dans les pays où une gestion des forêts suivant le modèle européen commençait à porter des fruits.

Un récent rapport du CIFOR (Center for International Forestry Research) démontre que la déforestation des plus importantes forêts au monde à savoir l'Amazonie est due au brûlage de la forêt pour permettre le développement de l'élevage bovin (bétail destiné à l'exportation).

Heureusement, aujourd'hui des organisations comme le WWF consacrent une partie de leurs budgets à subventionner la promotion des

ventes de bois provenant de forêts gérées. Début 1990 mes démarches et conférences, qui allaient dans le même sens, m'ont pourtant valu une volée de critiques.

De nos jours, alors que les titres relevés dans la presse («2003, l'année la plus chaude du siècle», «Noël au balcon») font régulièrement le procès du climat, il est temps de ramener un minimum de raison dans un débat qui déchaîne les passions.

Avec une augmentation de 0,6 % de la température dans nos régions par rapport au début du dernier siècle, les climatologues estiment que nous sommes entrés dans une phase de réchauffement du climat.

Certains scientifiques défendent la thèse d'un réchauffement lié à l'accumulation de gaz à effet de serre dans la haute atmosphère alors que d'autres parlent d'une «variabilité naturelle» aux origines inconnues, comme celle qu'a connue le Groenland juste avant l'an mil. Personne ne connaît l'origine du brutal réchauffement de l'atmosphère, appelé «optimum médiéval» qui a fait que l'hémisphère Nord était un pays vert avec une culture de vignes en Islande avant que les glaces ne reprennent leur place au 14<sup>e</sup> siècle et cela bien avant la production importante de gaz à effet de serre du fait des activités humaines. Le Sahara avait une végétation luxuriante il y a 16.000 ans.



Le vieux proverbe, «Noël au balcon, Pâques au tison», illustre comme beaucoup d'autres qu'à d'autres époques, tout comme aujourd'hui, il n'y a jamais eu de véritables saisons. Les profondes modifications qu'a connues notre planète au cours des millénaires avec des ères glaciaires et interglaciaires, lorsque l'homme n'était pas encore apparu, tendraient à accrédi-ter la thèse que l'homme s'accorde un pouvoir qu'il n'a pas.

Depuis 12.000 ans les températures moyennes n'ont pas cessé de monter, or nos ancêtres vivant dans les cavernes ne disposaient pas d'usines, de voitures et de chauffage.

Dans son histoire du climat depuis l'an mil l'historien Emmanuel Leroy Ladurie écrit chiffres à l'appui: «Les météorologistes sont unanimes: les catastrophes climatiques ont toujours existé, et ni plus nombreuses ni plus violentes que par le passé, nous avons la mémoire courte et les excès du temps se remarquent davantage du fait de leur médiatisation».

A propos du «matraquage» médiatique, Pascal Bernardin, polytechnicien et docteur en informatique écrit dans son livre «Enquête»: «L'opinion publique, renforcée dans cette idée, fait de fallacieuses comparaisons avec des anomalies climatiques récentes, est maintenant convaincue que la planète se réchauffe et que cela nous conduit à une catastrophe.»

Jean-Claude Duplessy auteur de l'excellent ouvrage «Gros temps sur la planète» et directeur de recherche au CNRS pense que les activités humaines accélèrent le processus de changement du climat qui ont à la base des causes astronomiques.

Face aux changements Duplessy fait des recommandations que l'on devrait suivre. Il écrit: «Il faut donc une politique énergétique qui

amène à réduire les changements. Première chose: utiliser aux mieux l'énergie, sans pour autant revenir à l'âge des cavernes. Je ne peux pas croire que mon collègue américain, qui dépense trois fois plus d'énergie que moi, vive trois fois mieux. Deuxième élément: utiliser des stratégies sans regrets, c'est-à-dire telles que si vous mettez en œuvre, quelle que soit l'évolution future, vous n'aurez pas de regret parce que ce sont des stratégies qui vous seront bénéfiques tout en économisant de l'argent. Par exemple, utiliser le train plutôt que le camion. C'est un investissement rentable à l'échelle de quelques années. Troisième piste: l'utilisation d'énergies nouvelles. Tout en sachant qu'on ne peut remplacer les énergies actuelles par d'autres. Mais elles peuvent venir en appoint. Enfin, faire en sorte de moins polluer tout en conservant la même production énergétique. A cet égard, je n'ai aucun état d'âme vis-à-vis du nucléaire, malgré ses défauts.»

Hans von Storch, de l'«Institut für Gewässerphysik», et Nico Stehr, du «Sustainable Development Research Institute» de l'Université de Colombie Britannique tiennent des propos plutôt réconfortants et estiment que la conviction qu'ont les humains à penser qu'ils ont une influence importante sur le climat est erronée. Les exemples déjà cités et aussi l'histoire de la terre est instructive à cet égard. Elle nous apprend qu'à certaines époques, le carbone fut beaucoup plus abondant qu'aujourd'hui dans l'atmosphère. Il le fut trois fois plus lorsque, à l'ère primaire, notre planète se trouva couverte d'immenses forêts dont les restes devaient donner naissance aux immenses gisements de houille. C'était il y a 320 millions d'années. Sans remon-

ter à un passé aussi éloigné, on retiendra qu'il y a 18.000 ans, la température moyenne de la terre était de 6 °C inférieure à sa valeur actuelle avec un niveau des océans beaucoup plus bas et la traversée de la Manche et du détroit de Behring pouvait se faire à pied.

A cette période glaciaire succéda un spectaculaire réchauffement. Il assura à la terre, voici 8.000 ans, – une époque que l'on voudrait faire correspondre au paradis terrestre – une température supérieure de 2 °C à sa valeur présente. Elle se mit à diminuer par la suite.

A différentes époques, et à défaut de coupables, comme la déforestation au 18<sup>e</sup> siècle, la volonté de Dieu ou une punition du ciel expliquaient les variations heureuses ou négatives du climat.

Les scientifiques Hans Von Storch et Nico Stehr affirment dans un excellent article du Figaro «nous ne sommes pas convaincus que le changement présent et futur aura un impact significatif sur la société, ni sur l'écosystème du globe». Car, affirment-ils «en substance, aujourd'hui comme hier, ces craintes relèvent de l'hypothèse, ne reposant souvent que sur une méthodologie simpliste. Et pourtant, la crainte de variations climatiques est ancestrale, culturelle, pour les scientifiques comme pour le public.» Ces préoccupations font vivre ceux que les éditorialistes de Nature nomment des «scientifiques activistes», ceux qui écrivent comme leurs homologues des siècles passés, le même scénario apocalyptique sur fond de déserts, de pluies diluviennes et de tempêtes.

Toujours est-il qu'aujourd'hui il est politiquement correct de s'inquiéter du réchauffement et comme l'affirment certains experts, les messages de peur, mieux que les messages positifs, facilitent l'obtention d'importants budgets pour la recherche. Il n'est donc pas étonnant que de nombreux chercheurs s'alignent sur la doctrine officielle du réchauffement depuis le milieu des années 80.



Pierre Kohler, au terme d'une longue enquête, dévoile l'étrange conscience qui unit écologistes, scientifiques, industriels, politiques et journalistes à des fins «idéologiques» ou mercantiles. Il déclare que la lutte louable pour un meilleur environnement n'est que trop souvent un prétexte et un faire valoir. Il démontre ce que cachent la plupart des combats en faveur de l'environnement et démonte le mécanisme d'une véritable désinformation qui parfois s'apparente à une manipulation de l'opinion à l'échelle planétaire.

Pour mettre tout le monde d'accord, Robert Sadourny, directeur du Laboratoire de météorologie dynamique du CNRS explique que dans 50.000 ans commencera un nouvel âge glaciaire et que l'effet de serre sera oublié. Alors New York sera ensevelie sous deux kilomètres de glace et l'Angleterre ne sera plus une île. Le responsable: un changement inéluctable de la position de la Terre par rapport au soleil. «Notre orbite passe d'un cercle quasi parfait à une ellipse légèrement allongée en une centaine de milliers d'années. De son côté, l'axe de rotation de la Terre change périodiquement d'inclinaison. Ces mouvements sont connus et leurs combinaisons déterminent l'insolation de la planète. On sait qu'une période glaciaire débutera dans une vingtaine de milliers d'années. Le processus d'accumulation de la glace étant plus lent que celui de sa fonte, le maximum glaciaire ne sera atteint que d'ici 50.000 à 60.000 ans avec une température moyenne d'environ 5 °C inférieure à aujourd'hui. L'effet de serre ne sera plus qu'un lointain souvenir. Dans 50.000 ans, le climat n'en gardera qu'une faible trace.»

«La prochaine glaciation sera plus modeste que la dernière, il y a 18.000 ans», explique le glaciologue Jean-Claude Duplessy. Néanmoins, une couche de glace épaisse de plusieurs kilomètres recouvrira le nord de l'Europe et du continent américain. Le niveau des mers baissera d'une centaine de mètres!

Jusqu'ici, il y avait presque consensus que l'homme moderne détruisait sa planète. Mais, depuis peu, des voix s'élèvent, affirmant que la nature a meilleure mine que ne le dit Greenpeace. Des transfuges de l'écologie reprochent à leurs adversaires manichéisme et manipulation des chiffres et tous partent à l'assaut de la vision pessimiste du monde chez les écolos, née à la fin des années 60. L'un des troubleurs est un Danois de 37 ans, Bjorn Lomborg. Ce statisticien, longtemps sympathisant écologiste, s'était mis en tête de réfuter Julian Simon, un économiste selon qui l'environnement tournait plutôt rond. Pourtant, en cours d'enquête, face à la réalité des chiffres, Lomborg comprit que c'était lui, le Vert, qui se trompait. Fruit de ses travaux, un pavé de 500 pages qui détruit beaucoup d'idées reçues. La famine progresse? Faux, répond Lomborg. Dans le tiers monde, la ration calorique moyenne a augmenté de 8 % en dix ans. Les pesticides sont cancérigènes? Faux: sans chimie, les fruits et légumes seraient plus chers, et donc moins accessibles, alors que le fait d'en consommer diminue le risque de cancer. Provoquant, son ouvrage est un best-seller.

### ■ Une autre voix

Yves Lenoir, un ancien écologiste met en doute le réchauffement général de la planète et dénonce les insuffisances des modèles utilisés par les climatologues et l'importance excessive accordée aux moyennes de températures. Il conteste le rôle central de l'effet de serre dans les changements climatiques et relativise les craintes sur la montée du niveau des océans.

Il souligne l'importance, à ses yeux négligée, des prélèvements d'eau pour l'irrigation. Yves Lenoir dénonce un complot des scientifiques imposant une vérité officielle avec la complicité des médias en quête de sensationnalisme catastrophiste.

La seule chose qu'affirment unanimement les scientifiques de

toutes tendances c'est que les variations climatiques se mesurent sur des centaines de milliers d'années et que des variations sur deux ans et même sur un siècle ne sont pas significatives pour juger une évolution globale et durable du climat.

### ■ De l'écologie à l'écologisme

Avec les prises de position qui précèdent, les écolos comme José Bové prennent donc une volée de bois vert et vont devoir affronter des contradicteurs aux arguments solides surtout quand une émission comme «Enquête de personnalité» de Canal + fait tomber les masques. Outre son militantisme révolutionnaire enraciné depuis son plus jeune âge, Bové reste fidèle à ses idées. Néanmoins, l'on découvre le vrai faux paysan dilettante, grisé par la médiatisation, qui préfère les tours du monde et laisse les travaux agricoles à de jeunes stagiaires. Le vrai Bové est donc très éloigné du paysan laboureur et pittoresque qui pose sur son tracteur ou auprès de ses brebis tout en ne se gênant pas de fumer sa pipe. Connaissant les méfaits prouvés du tabac, comment peut-on s'engager contre les méfaits venant des OGM, qui pour l'instant ne sont pas prouvés?

Je suis d'accord avec Delphine de Mallevoie qui dans le Journal FIGARO déclare: «Il a absolument le droit de n'être que militant et pas paysan, simplement il manipule l'opinion là-dessus.»

La génération actuelle d'écologistes a transformé l'écologie en écologisme, qui voit le culte de la nature se transformer en une attitude de contestation de la société et du progrès. Il s'agit d'un écototalitarisme où tout le monde doit penser de la même manière et ceux qui refusent sont à la solde des entreprises ennemies.

John Castegnaro, le syndicaliste, a vécu il y a peu la même situation que celle que j'ai vécue il y a quelques années après une émission télévisée sur l'utilisation du maté-



riau le plus écologique qui soit: le bois. J. Castegnaro a osé dénoncer le blocage systématique pratiqué par les écologistes. Aussitôt et comme d'habitude les foudres de la critique se sont abattues sur celui qui a la moindre velléité de contester leur action ou de mettre le doigt sur des contradictions évidentes.

C'est cette attitude qui m'autorise à utiliser les mêmes méthodes et à être d'accord avec Jean Cazeneuve qui écrit dans le Figaro du 12 octobre 2001. «Le discours des verts dissimule parfois un autoritarisme qui tend à nous dicter notre mode de vie».

Roger Cans quant à lui écrit: «Le gauchisme, selon Lénine, était le stade infantile du communisme, le catastrophisme est le stade infantile de l'écologisme».

Je suis cependant d'accord avec les écologistes qui sont dans leur rôle en signalant, même avec excès, ce qui ne va pas. Je suis d'accord également avec tous ceux qui considèrent la protection de l'environnement comme une priorité et que ceux qui polluent gravement les sols, l'eau et l'atmosphère, que ce soit pour la recherche du profit ou d'autres raisons, sont à considérer comme des criminels.

Après les critiques, je remercie les écologistes sincères d'avoir fait progresser les attitudes face à la pollution, à la réduction des gaspillages et à la destruction des sites naturels. Malheureusement, de la défense de l'environnement certains sont passés aux attaques de la mondialisation en usant des méthodes qu'ils reprochent à leurs adversaires à savoir l'hypocrisie et le mensonge. Ils sont passés maîtres dans l'art de la désinformation. L'écologie n'étant la propriété de personne, les militants ne sont pas mieux placés pour donner des leçons, car engagés dans leur

combat, ils utilisent les méthodes de certains industriels qu'ils accusent par ailleurs de lobbying.

Puissent-ils faire la différence entre les vraies pollutions et celles qui n'en sont pas, et arrêter de diaboliser systématiquement les humains en idéalisant la nature.

A propos des risques mineurs, la déclaration du Dr Patrick Toubon au sénat en France est intéressante: «Quand la majorité des scientifiques considèrent ces risques comme faibles, voire inexistantes, les craintes qu'il suscitent font la une des journaux, accaparant l'attention et souvenant les crédits de recherche. Dans le même temps, les risques réels (tabac, alcool, drogues, accidents domestiques et du travail, suicides, etc...), responsables de milliers de morts prématurées, ne suscitent guère l'émotion.»

L'on peut comprendre que l'on ne se réjouisse pas de voir une autoroute passer dans son voisinage immédiat et comme souvent les problèmes particuliers n'intéressent pas le grand public, l'on dénonce une atteinte inadmissible à l'environnement et à défaut d'arriver à bloquer définitivement un projet, l'on a réussi à le freiner et à faire parler de soi, tout en faisant payer le coût des blocages aux contribuables. Partout l'on trouve des espèces à protéger en déconsidérant les humains. Enterrer les humains dans des tunnels pour permettre aux papillons de traverser les routes en toute sécurité est manifestement un excès indépendamment des engagements financiers qui auraient pu être mieux affectés.

La protection de l'environnement comme nous la pratiquons est une approche de pays riches qui peuvent se payer le luxe de faire passer les considérations économi-

ques au second plan. Au Luxembourg, la liste de ce que je considère comme des excès de pays riches est malheureusement longue.

Je ne rappellerai pas ceux qui ont été soulevés dans mon livre «Parlons commence» à propos de la sécurité alimentaire. Dans son récent ouvrage «Histoire des peurs alimentaires du Moyen Âge à l'aube du XX<sup>e</sup> siècle», Madeleine Ferrières démontre que dioxines et vache folle, qui font peur nous font aussi rêver à un paradis alimentaire qui n'a jamais existé.

Je ne veux cependant pas faire passer sous silence le remplacement du fréon dans le réfrigérateur et les installations de climatisation par de l'ammoniac sous le couvert de la meilleure technologie disponible.

Il est entre-temps connu que quelques gros industriels avaient un intérêt à éliminer le fréon pour le remplacer par d'autres gaz. L'ouvrage «L'imposture verte» analyse la situation, qui est résumée comme suit:

«Ce qu'on nous dit: La couche d'ozone qui nous protège des dangereux rayons ultraviolets du soleil est progressivement grignotée sous l'action du CFC, le chlorofluorométhane, un gaz utilisé notamment dans les bombes aérosols. Le résultat est un trou, par lequel s'engouffrent ces rayons, susceptibles d'entraîner des cancers de la peau et des cataractes. D'où l'interdiction des CFC, par un accord international signé en 1987, et leur remplacement par des substituts inoffensifs.

Ce qu'il en est: Il n'existe pas de «trou» dans la couche d'ozone. C'est seulement là une image. Quant à la réduction de la quantité d'ozone, il s'agit d'une fluctuation saisonnière, due aux conditions physiques particulières de la stratosphère au-dessus des régions polaires. D'une année à l'autre, la couche se reconstitue, et même s'il apparaît que sur un long terme la concentration décroît légèrement, ce phénomène n'a pas l'ampleur qu'on lui prête. L'interdiction des CFC et leur remplacement par

des produits de substitution est une décision motivée par des considérations politico-commerciales, et cautionnée par des scientifiques qui ont leur propre intérêt à poursuivre ces études».

Ce qui par contre me semble grave, c'est que le Luxembourg soit l'un des rares pays au monde à avoir opté pour une réfrigération à base d'ammoniaque. En dehors du coût élevé, cette solution constitue une sorte de bombe à retardement et toute fuite de gaz peut avoir des conséquences mortelles. Une première fuite heureusement décelée à temps au Théâtre d'Esch et une légère fuite à la patinoire de Remich, qui a mobilisé les pompiers de BASF à Ludwigshafen, nous donnent un avant-goût de ce qui nous attend avec le vieillissement des installations.

## ■ Le principe de précaution

Il serait trop long de développer ce sujet, comme tant d'autres, qui touchent à l'environnement et qui ont fait l'objet de nombreux travaux. Je me limiterai à quelques citations à propos du principe de précaution qui est aujourd'hui un frein important au progrès.

Jean-Claude Arthus, professeur de biophysique à la faculté de médecine de Montpellier: «On est passé d'une civilisation qui a adoré le progrès à la civilisation du principe de précaution. Qui s'est perverti pour devenir celui du risque zéro. Plus on répète que celui-ci n'existe pas, plus l'opinion publique le réclame».

Pierre Kohler pour sa part écrit: «Si l'application intelligente du principe de précaution peut éviter de graves problèmes, son application radicale peut en revanche paralyser toute activité économique. Il serait grave de faire, en son nom, des choix irréversibles. La précaution à distinguer formellement de la prévention ne doit pas devenir un principe d'inaction.» Il écrit également que «L'exigence du risque zéro dans la vie quotidienne impose des

dépenses de plus en plus élevées à mesure que l'on se rapproche de l'objectif, et les budgets gaspillés pour satisfaire ce fantasme manquent cruellement pour des urgences bien réelles et immédiates».

L'ex-ministre français de la recherche Claude Allègre a déclaré lors d'une interview: «Le principe de précaution est une bonne chose, mais s'il est appliqué systématiquement c'est une ânerie».

## ■ Conclusions

Avant de terminer, je suis heureux de constater qu'à propos du bois qui m'a propulsé dans l'arène écologique, il est reconnu aujourd'hui que:

- faire pousser un arbre revient à fixer du carbone, à condition de le couper avant qu'il ne se désagrège ou ne soit brûlé. Dans ces derniers cas il y a fabrication de dioxyde de carbone ce qui en conclusion revient à dire que laisser la forêt à l'état naturel est à priori satisfaisant pour l'esprit, mais constitue en fait une aberration écologique.
- en matière de bois tropicaux, tous les experts sont d'accord sur le fait que l'exploitation irrationnelle n'est responsable que de 20 % des dégâts et que les brûlis des autochtones sont plus nocifs à l'échelle planétaire que les abatages. Si de plus l'on considère le fait que le bois utilisé pour le meuble fixe le carbone, alors que le bois brûlé rejette son carbone dans l'atmosphère, la faute – si faute il y a – n'est pas si grave.
- le matériau le plus écologique qui soit est le bois. Il pousse en fixant du CO<sup>2</sup>. Il s'exploite et se travaille en consommant un minimum d'énergie. Il est facilement recyclable.

Je soutiens totalement les engagements de l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) regroupant l'ensemble des fédérations professionnelles luxembourgeoises qui a signé une charte en faveur du développement durable le 31 octobre 2003.

Par ailleurs, il est temps que les luxembourgeois fiers de leur PIB et de leur pouvoir d'achat parmi les plus élevés au monde, se rendent compte qu'ils ne peuvent pas durablement avoir le beurre, l'argent du beurre et la crémière en prime.

Il est temps que tous ceux qui veulent plusieurs voitures, un aéroport à proximité pour se rendre en vacances, de préférence plusieurs fois par an et se rendre au travail sans embouteillage, arrêtent de se servir des arguments écologiques pour bloquer tous les projets qui assurent leur confort. Certains désagrèments qui font partie des activités humaines sont le prix à payer.

Au Luxembourg comme ailleurs les réactions contre ceux qui sèment la «peur verte» deviendront de plus en plus fréquentes. Ainsi les articles du scientifique Pierre Lutgen, le récent article de l'ingénieur Jacques Hoffmann et les prises de position du professeur Massen, dont je rappellerai le message à nos décideurs politiques en guise de conclusion, en sont le témoignage.

«Ne croyez pas aveuglément les litanies des groupes de pression comme Greenpeace, et surtout doutez des certitudes avec lesquels ces groupements répètent leurs affirmations et leur litanie. Actuellement, il y a peu de certitudes et beaucoup d'inconnu. N'imposez pas à une économie des restrictions lourdes, qui reposent sur des théories possiblement erronées, et dont l'effet sera certainement non-mesurablement petit. Utilisez plutôt une partie de ces fonds pour favoriser la coopération avec les pays en voie de développement et les indications positives vers l'utilisation des énergies non fossiles.

Le climat de la terre se moque bien de ses «sauveurs», et un été trop chaud n'est certainement pas le signe d'une évolution torride, tout comme un hiver plus froid n'annonce pas le gel éternel».

*Norbert Friob, Président  
de la Confédération  
des Classes Moyennes* ■

## Restructuration

# Nouvelle structure et nouvelle identité visuelle pour l'**Imprimerie Faber**



Sorti en droite ligne des presses: la Direction de l'Imprimerie Faber présente le nouveau logo (de g. à d.: MM. Vincent Ulens, Ernest Peters et Carlo Steimetz)

L'Imprimerie Faber, l'une des plus anciennes du Luxembourg, a connu des développements techniques révolutionnaires au cours de ses 90 années d'expérience en s'adaptant toujours aux exigences du marché. Faber profite par ailleurs de son jubilé pour mettre en œuvre une restructuration orientée vers l'avenir, qui se reflète au niveau de sa nouvelle image de

marque. En effet, le nouveau logo représente la qualité garantie par Faber. La division de l'entreprise en quatre secteurs est la réponse à la demande d'un marché en constante évolution.

C'est sur base des résultats d'une enquête commandée par l'Imprimerie Faber et réalisée par l'institut d'études de marché Quest que l'entreprise a entamé la modernisation de son concept. Afin de pouvoir réagir encore plus vite, encore mieux et encore plus efficacement aux demandes des clients, les services sont dorénavant répartis en quatre secteurs: Faber Imprimerie pour les produits d'impression complexes tels journaux, brochures ou encore rapports annuels, Faber Print Shop pour une qualité à un prix abordable sur des commandes de moindre volume, Faber Systems Print qui, avec sa presse en continu à haut

débit, produit des documents administratifs en grandes quantités et propose en outre des solutions pour la distribution, la personnalisation ou autres directs mails et finalement Faber Logistics qui complète l'offre des autres secteurs en proposant des solutions au niveau de la gestion de stock et de la distribution.

Dans les quatre secteurs, les collaborateurs de Faber assurent un conseil actif et un suivi qualitatif des travaux. L'offre est complétée par des solutions informatiques sur mesure, parmi lesquelles la gestion en ligne des stocks, des commandes, de la distribution, de même que la mise en page des documents à distance. Enfin, en 2005, la fin des travaux de réaménagement des bâtiments de l'entreprise à Mersch permettra d'optimiser la mise en œuvre de la nouvelle structure.

## Prix d'excellence

# Le Luxembourg American Business Award 2004 remis à **Guardian Industries**

La Chambre de commerce luxembourgeoise à New York aux Etats-Unis (LACC) a annoncé qu'elle a décerné le Luxembourg American Business Award 2004 à l'entreprise Guardian Industries Corp. d'Auburn Hills dans le Michigan et à son président et

directeur général M. William Davidson. Ce prix bisannuel, sous forme d'une sculpture en verre, créée spécialement pour l'occasion par l'artiste luxembourgeoise Pascale Seil, est attribué en reconnaissance d'une relation particulière entre une société américaine et le Luxem-

bourg. Le trophée a été remis à William Davidson à l'occasion d'un dîner de gala présidé par S.A.R. le Grand-Duc héritier, qui a eu lieu le 22 septembre 2004 au Rockefeller Centre à New York, en présence du maire de la ville, M. Michael Bloomberg.



Le Luxembourg American Business Award 2004 honore la vision et les mérites de William Davidson, qui a positionné Guardian Industries comme leader mondial dans l'industrie du verre et de la fourniture d'équipements automobiles. Le climat d'affaires au Luxembourg a grandement contribué à ce succès et ce encore dernièrement lors de la création, en 2003, de Guardian Luxcoating à Bascharage, une unité de revêtement de verre, qui est à la fois la plus grande et techniquement la plus avancée au monde.

Guardian Industries est présente au Luxembourg depuis plus de 20 ans. Sa croissance et son expansion continues reflètent le rôle grandissant que joue le Luxembourg en Europe et sur l'échiquier économique mondial. Depuis ses débuts en 1981 à Bascharage, Guardian s'est développée au point de devenir le troisième employeur industriel au Luxembourg avec ses deux usines de verre flotté, son unité de production de verre automobile, son centre de recherche-développement, son usine de revêtement de verre flotté et son quartier général européen

qui supervise des activités industrielles dans huit pays et coordonne les ventes à travers toute l'Europe.

Le Luxembourg American Business Award 2004 est la reconnaissance d'une relation historique et bénéfique entre le Luxembourg et une entreprise de renommée mondiale, Guardian Industries. «La raison de notre présence et de notre succès au Luxembourg est simple: Luxembourg works!» a expliqué William Davidson. «C'est vraiment un endroit extraordinaire pour conduire des affaires. Le gouvernement luxembourgeois comprend parfaitement l'importance d'une étroite collaboration entre les secteurs privé et public ainsi que les mérites d'une économie de marché ouverte».

Guardian Industries, domiciliée au Michigan, Etats-Unis, est un leader mondial dans l'industrie du verre flotté et des produits verriers pour les industries du bâtiment, tant commercial que résidentiel. Guardian, ses filiales et sociétés affiliées emploient dix-neuf mille personnes et sont opérationnelles à travers l'Amérique du Nord, l'Europe, l'Amérique du Sud, l'Asie, l'Afrique et le Moyen-Orient. ■

## Télécom

# Telindus fête ses **25 ans** de présence au Luxembourg



Le 1<sup>er</sup> janvier 1979, Telindus et ARBED s'associent pour créer officiellement Telindus Luxembourg, la première filiale internationale du groupe belge du même nom. A l'époque, c'est le besoin de diversification dans le

secteur des nouvelles technologies de l'Arbed (qui reste en tant qu'Arcelor actionnaire à concurrence de 35 % de Telindus Luxembourg), qui conduit feu John Cordier, le fondateur de Telindus, à créer cette filiale. Depuis, Telindus Luxembourg a pris de l'ampleur et occupe aujourd'hui une place importante au sein du groupe Telindus avec 11 % du chiffre d'affaires du groupe. A ce jour,

## EN BREF

### Banque BNP Paribas

#### BNP Paribas opte pour le projet H2O

Fin juillet 2004, BNP Paribas Luxembourg a signé un bail de 9 ans pour l'occupation de 10.700 m<sup>2</sup> sur la totalité des 25.000 m<sup>2</sup> du projet avec la société Luxembourg Office Solutions. Dans le cadre de sa stratégie de développement au Luxembourg, BNP Paribas, cherchait de nouveaux locaux lui permettant de regrouper ses équipes (1.200 collaborateurs) sur 2 sites en leur offrant un cadre de travail moderne et fonctionnel. BNP Paribas conservera ainsi sa prestigieuse adresse au 10A boulevard Royal et y maintiendra 350 collaborateurs afin de continuer d'y accueillir la clientèle et le projet H2O à Howald regroupera 850 collaborateurs. La commercialisation du projet se poursuit avec les agents Jones Lang LaSalle et DTZ.

dispose d'adaptateurs WIFI «plug&play» de Swisscom Eurospot.

### 30<sup>e</sup> anniversaire de la Belle-Etoile

#### Remise des prix du concours Bernard-Massard



Du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août derniers le concours organisé par les Caves Bernard-Massard à l'occasion des 30 ans du Shopping-Center Belle-Etoile mettait en jeu 30 lots, dont en premier prix une superbe armoire à vins EuroCave. Toutes les bouteilles de vins mousseux Bernard-Massard portaient une collerette comportant une zone à gratter, où les participants ont pu découvrir immédiatement si leur bon était gagnant ou pas. Afin de féliciter les gagnants et de leur remettre leur prix, une petite réception a été donnée en leur honneur le 24 septembre dans l'enceinte de la Belle-Etoile.

### Hôtellerie

#### Le Hilton Luxembourg introduit l'Internet haut débit

Le Hilton Luxembourg, en collaboration avec Swisscom Eurospot, offre désormais à ses clients une connexion Internet sans fil et à haut débit. Il suffit que le client branche sur son ordinateur le câble qui se trouve sur le bureau de sa chambre pour bénéficier de la connexion Internet haut débit. Dans l'enceinte de l'hôtel, le WIFI permet de travailler sur Internet à haut débit sans prise ni câble, en utilisant simplement un ordinateur ou un PDA équipé pour l'utilisation sans câble WIFI. Si l'ordinateur n'est pas équipé, la réception

### Informatique

#### Compta-One: Premier logiciel comptable gratuit au Luxembourg

L'éditeur Blue Sky Software lance le premier logiciel comptable gratuit (compatible PC et MAC) pour les entreprises luxembourgeoises. Bien plus qu'un simple logiciel comptable, ce logiciel est un outil de gestion pour les entreprises car il permet de

## EN BREF

suivre les flux financiers de la société, de gérer facilement la trésorerie et ce, sans compétences particulières en comptabilité car Compta-ONE est très simple d'utilisation et est accompagné d'une large documentation. Compta-One n'est pas une démonstration, mais un véritable logiciel complet, permettant d'effectuer la comptabilité d'une société sur un ordinateur. Pour plus d'informations: [www.compta-one.lu](http://www.compta-one.lu).

### Warken

#### **CODIPRO s'installe au Luxembourg**

La société CODIPRO vient de s'installer au Luxembourg. CODIPRO conçoit et fabrique des anneaux de levage. Son bureau d'étude a développé une nouvelle génération d'anneaux de sécurité articulés conçus pour manipuler en toute sécurité des équipements lourds (de 300 kg jusqu'à 32 t). Grâce à une simple, double ou triple articulation, les anneaux CODIPRO sont utilisables dans toutes les directions et dans toutes les positions. Les anneaux CODIPRO sont particulièrement appropriés au levage et à la rotation de charges lourdes. Déjà bien implantée en France où elle compte de nombreux grands groupes industriels parmi ses clients, CODIPRO compte développer ses ventes sur le Benelux et l'Allemagne à partir du Luxembourg. Pour plus d'informations: CODIPRO, BP 43, L-9001 Ettelbruck, 109 rue de Welscheid, L-9090 Warken, tél.: +352 26 81 54, fax : +352 81 05 17, [www.codipro.net](http://www.codipro.net), e-mail: [info@codipro.net](mailto:info@codipro.net)

### Certification qualité

#### **Randstad Interim certifié ISO 9001**

Les efforts en matière de démarche qualité de Randstad Interim Luxembourg viennent d'être récemment récompensés. En effet, la société s'est vue attribuer la certification ISO 9001 (version 2000) pour l'ensemble des activités de ses agences, à savoir la mise à disposition de personnel temporaire et les activités de support qui en découlent. L'obtention de cette certification représente une étape importante et une garantie de sérieux et de rigueur puisque cette norme est une référence internationale qui atteste d'une gestion efficace de l'entreprise, lui permettant de maintenir durablement la satisfaction de ses clients (intérimaires, entreprises utilisatrices de personnel temporaire et autres partenaires). Elle assure également l'homogénéité des procédures pour une meilleure efficacité.

### 9 novembre 2004

#### **Luxembourg HR Awards 2004 au Cercle Municipal**

Le Ministre du Travail et de l'Emploi Monsieur François Biltgen remettra le prix 2004 du Human Resources Manager of the Year lors du 3<sup>e</sup> Gala des Ressources Humaines, organisé par HR One le 9 novembre au Cercle Municipal. La manifestation débutera par un discours d'ouverture du Ministre à 17h30 et sera suivi par les interventions de M. Frédéric Wacheux, Responsable du DESS GRH et Co-Directeur du MBA

la société emploie plus de 320 employés, répartis en quatre entités: CF6 pour le conseil en sécurité, Telindus pour tout ce qui traite de la technologie de la communication de l'information (TIC), Computer Home pour la vente et les services aux particuliers et Telectronics pour les activités de maintenance informatique spécifique.

Durant les années quatre-vingt-dix, Telindus Luxembourg connaît une expansion fulgurante. Son chiffre d'affaires passe de 25 à 50 millions d'euros en une dizaine d'années. Cependant ceci n'a pas empêché Telindus de se repositionner face à cette situation. Pendant dix ans, 50 % des revenus de Telindus Luxembourg dépendaient du secteur financier, 25 % de l'industrie et des PME et le reste, du gouvernement. Depuis 2002, le ralentissement économique a contraint les clients du secteur financier à un contrôle de leurs coûts et à un reengineering de leur métier. Cette situation atypique est revenue lors des trois dernières années vers une situation plus équilibrée avec une répartition à parts égales des revenus entre les trois secteurs d'activité que sont le secteur financier, le secteur public et le secteur de l'industrie et des PME. Une évolution qui a permis à Telindus de se rapprocher des métiers des clients, de compren-

dre les besoins des entreprises et d'y répondre en conséquence. Depuis 1985, Telindus propose des solutions globales en télécommunications et en informatique.

La couverture du territoire est déjà importante et le marché ne s'avère pas indéfiniment extensible. A l'avenir, l'accent sera donc mis sur l'expansion en Grande Région et plus particulièrement en France, avec un lancement d'activités sur l'Alsace-Lorraine en février 2004, et en Allemagne. Telindus Luxembourg se donne une nouvelle mission qui s'inscrit dans la stratégie du groupe: les études de marché annonçant que la plus grande croissance ira vers le marché de l'outsourcing et de la consultation, Telindus est en train de se muter en une société de services, s'orientant davantage vers des solutions complètes. Il y a 5 ans, le service représentait 25 % du chiffre d'affaires, aujourd'hui il représente quelque 40 % et dépassera les 50 % en 2006. Le statut de PSF (Professionnel du Secteur Financier) que devrait bientôt obtenir la filiale CF6, société de consultants en informatique rachetée par Telindus en 2000, devra servir comme une porte d'entrée pour davantage de services et particulièrement d'outsourcing dans le secteur financier. Pour plus d'informations: [www.telindus.lu](http://www.telindus.lu) ■

## Transport ferroviaire

# Probotec s'installe à Luxembourg

**D**ans un champs d'activités qui n'a pas vu d'innovation technologique majeure durant ces quarante dernières années, la société Probotec a présenté du 21 au 24 septembre dernier une alternative technologique, lors du Salon Innotrans, le plus important Salon International à destination du

monde ferroviaire. Grâce aux efforts du bureau de Luxembourg, Probotec a pu obtenir l'homologation de sa technologie, qui, comparée avec les suspensions traditionnelles, protège, de façon importante, les marchandises et les rails, permettant de substantielles réductions des coûts de transport et d'entretien. De plus

elle autorise une charge d'essieu jusqu'à 30 tonnes et des vitesses jusqu'à 160 km/h, si bien que la même charge parvient à destination en nécessitant moins de wagons et de façon nettement plus rapide. Enfin, les nuisances sonores sont nettement plus minimales qu'avec des produits conventionnels. La mise en place du nouveau produit signifie, pour les zones résidentielles situées à proximité de gares, une pollution acoustique nettement moindre.

L'installation en avril dernier des bureaux commerciaux européens et du «Business Development», au Luxembourg, au cœur de l'Europe, marque la première étape de cette expansion européenne. Un retour aux sources pour le CEO, M. Claude ELSÉN, né au Luxembourg, qui a occupé auparavant différents postes de direction au sein de groupes multinationaux tels que Goodyear Tire & Rubber Company, Cummins Engine Co. Inc., et Daimler Chrysler, aux quatre coins du monde. La position centrale du Luxembourg, à mi-chemin entre Bruxelles et Strasbourg, sièges d'organes européens décisifs en matière ferroviaire, les

infrastructures disponibles, ainsi que la proximité des pays germanophones et francophones, ont été les atouts décisifs lors de la prise de décision. Parallèlement aux bureaux à Luxembourg, Probotec a installé ses services achats et production en République Tchèque à Kutná Hora.

Probotec Ltd (Professional Bogie Technologies) est l'un des leaders européens en développement de bogies de trains de marchandises. Née il y a 140 ans à Cardiff, au Pays de Galles, leader sur les marchés britannique et scandinaves, la société a pris son nom actuel en mai 2004 tout en conservant son siège social à Cardiff (Pays de Galles). La société a entamé depuis une phase d'expansion européenne. Lors de l'exercice précédent, Probotec Ltd, qui compte 50 employés, a atteint un chiffre d'affaires de plus de 35 millions d'euros. Les clients internationaux ciblés par Probotec sont les constructeurs de wagons leaders, les sociétés de logistique ferroviaire, les compagnies nationales de chemin de fer, ainsi que les sociétés de leasing de wagons. Plus d'informations: [www.probotec.com](http://www.probotec.com) ■

## EN BREF

Management des Ressources Humaines à l'Université de Paris IX Dauphine, sur le thème «L'influence de la financiarisation de l'économie sur les pratiques de gestion des ressources humaines dans les grands groupes européens» et de M. Serge Perrot, Docteur en Gestion des Ressources Humaines et Maître de Conférences en Gestion des Ressources Humaines à l'Université de Paris IX Dauphine sur le thème «L'intégration de nouveaux collaborateurs: les facteurs de réussite ou d'échec». A 19h00, un cocktail sera offert à l'ensemble des participants. Les Luxembourg HR Awards 2004, pour lesquels plus de 1.500 professionnels ont été appelés à voter cette année, seront remis à 21h00 pendant le Dîner de Gala.

projets du gouvernement en matière d'imposition des personnes physiques. Pour plus d'informations: [www.atoz.lu](http://www.atoz.lu).

### Place financière

#### La BGL consacrée «Best Bank in Luxembourg 2004»

Nous avons le plaisir de vous informer que la Banque Générale du Luxembourg vient d'être consacrée «Best Bank in Luxembourg 2004» par THE BANKER, le magazine financier spécialisé du groupe Financial Times, et ceci pour la deuxième année consécutive. La Banque s'est vue remettre cette récompense lors d'une récente cérémonie de remise des prix qui a eu lieu à Londres. Les «The Banker Awards 2004» ont été annoncés dans l'édition de septembre 2004.

### Atoz

#### Nouveau cabinet de conseil fiscal



Fin septembre les associés d'Atoz avaient invité à une réception qu'ils ont donnée au Golf Club Grand-Ducal à l'occasion de l'ouverture du cabinet de conseil fiscal Atoz. Ce nouveau cabinet a été créé afin de répondre à une demande du marché et afin d'offrir du conseil fiscal indépendant suite aux contraintes imposées par les régulateurs aux cabinets d'audit. Le Ministre Jean-Louis Schiltz a tracé dans son allocution les grandes lignes des

### Télécommunications

#### Tele2 lance T.TV

Tele2, opérateur de télécommunications alternatif paneuropéen, vient de lancer T.TV, une nouvelle chaîne de télévision luxembourgeoise. Le concept repose sur l'intégration des activités téléphone, télévision et radio tout en valorisant les nouvelles technologies telles que l'UMTS. T.TV veut se positionner comme première chaîne multilingue en Europe et proposera des journaux télévisés d'Euronews et des flashs économiques et financiers de Bloomberg en langues française, allemande et anglaise. T.TV émet 24h/24h et est diffusé par câble et en digital sur Astra 2C.

## Immobilier d'entreprise

# Lancement du site immobilier **atOffice.lu**



**F**ort du succès du portail de l'immobilier résidentiel [www.atHome.lu](http://www.atHome.lu), l'équipe SYNAPSE vient de lancer [www.atOffice.lu](http://www.atOffice.lu), le premier portail dédié à l'immobilier d'entreprise au Luxembourg. L'objectif premier d'[atOffice.lu](http://www.atOffice.lu) est de proposer le plus grand choix d'immobilier d'entreprise au Luxembourg. Il s'adresse aux responsables d'entreprises qui recherchent de nouvelles surfaces professionnelles.



## EN BREF

### Nettoservice

#### Trois décennies au service de l'hygiène

L'entreprise générale de nettoyage et d'entretien Nettoservice vient de fêter ses 30 années d'existence. Fondée en 1974 par Edouard Meyers, la société Nettoservice s.a. est la plus importante entreprise familiale de nettoyage et d'entretien au Luxembourg. La société

a connu une croissance constante depuis sa création à nos jours (23 collaborateurs en 1974 contre 740 en 2004). Véritable généraliste de l'entretien, en phase avec le principe écologique, Nettoservice jouit d'une excellente réputation au Luxembourg. Le site Internet ([www.nettoservice.lu](http://www.nettoservice.lu)) vient d'être entièrement refait.

La bourse immobilière atOffice.lu est l'élément central du site. Elle recense dès son lancement quelque 400 surfaces professionnelles: bureaux, commerces, entrepôts, hôtels/restaurants et fonds de commerce. Les objets sont publiés et illustrés directement par les agences immobilières.

Les critères de description d'un objet immobilier d'affaire ont été établis en collaboration par des spécialistes luxembourgeois de l'immobilier d'entreprise. Un module de cartographie interactif permet de visualiser les alentours et de rechercher les chemins d'accès.

Un guide des Communes et des Zones d'Activités devraient le

compléter d'ici peu afin de répondre aux questions des décideurs sur l'environnement (réseau routier, transports en commun, types d'entreprises implantées) et sur les infrastructures présentes (gaz, électricité, terrassement). Le décideur pourra ainsi retenir en connaissance de cause une Zone Industrielle/Commune plutôt qu'une autre. Un espace membres viendra compléter atOffice.lu pendant l'automne. Ce service gratuit proposera aux responsables d'entreprise de pouvoir sauvegarder leurs critères de recherche sur atOffice.lu pour être informé par e-mail de toute nouvelle offre correspondant à leurs critères. ■

## Secteur bancaire

# La **BGL** augmente son produit net bancaire de 12,7 %

**A**u 30 juin 2004, la somme du bilan de la Banque Générale du Luxembourg s'élève à EUR 37.464,2 millions, en augmentation de 1,4 % par rapport au 31 décembre 2003. Cette croissance résulte au passif de la hausse des fonds confiés par la clientèle institutionnelle. Du côté de l'actif, la progression est attribuable essentiellement à la croissance des crédits consentis à la clientèle, plus particulièrement sous la forme de crédits d'investissement professionnels (+4 %) et de crédits immobiliers (+3 %).

Les revenus de la banque traduisent la croissance des activités au courant du premier semestre de l'année en cours. Les produits nets d'intérêts se situent au niveau record de l'année dernière alors que les commissions nettes progressent de

13 %, témoignant de la reprise des marchés financiers au premier trimestre 2004, de l'excellent développement des produits d'assurances et de l'introduction de nouvelles formules de packages destinés à une clientèle professionnelle.

Le produit net bancaire, qui comprend les revenus nets d'intérêts et de valeurs mobilières, les produits nets de commissions ainsi que le résultat provenant d'opérations financières, atteint ainsi EUR 417,1 millions, en augmentation de 12,7 % par rapport au 30 juin 2003. Tout en continuant sa politique stricte en matière de contrôle des coûts, la banque a réussi à limiter les coûts d'exploitation au niveau moyen de l'année dernière. Par ailleurs, le remboursement de créances ainsi que l'amélioration de l'environne-

ment économique ont engendré des libérations de provisions. La banque a toutefois maintenu sa politique traditionnellement prudente en matière de couverture des risques.

Le résultat net (part du groupe) s'établit à EUR 222,8 millions au 30 juin 2004. Il s'agit d'une diminution de EUR 46,2 millions ou 17,2 % par rapport au premier semestre de l'année dernière au cours duquel une plus-value exceptionnelle de EUR 71,7 millions avait été enregistrée dans le cadre de la réorganisation des activités d'Asset Management du groupe à Luxembourg. En faisant abstraction de cet élément non récurrent, le résultat courant augmente de EUR 25,5 millions ou 12,8 % au premier semestre 2004. ■



## Arcelor réduit sa participation dans le groupe Gonvarri

**A**rcelor a convenu un accord-cadre avec Corporación Gestamp, SL afin de réorganiser sa participation dans le groupe Gonvarri. Cet accord prévoit une réduction de la participation du groupe Arcelor dans le groupe Gonvarri de 60 % à 35 %. En conséquence, la structure du capital du groupe Gonvarri sera fixée comme suit: groupe Arcelor (à travers ses filiales Usinor et Aceralia) 35 % et Corporación Gestamp, SL 65 %. L'accord prévoit également la vente par le groupe Arcelor au groupe Gonvarri de sa participation de 15 % dans Hierros y

Aplanaciones, SA et l'acquisition par Arcelor d'une participation de 50 % dans le capital actions de Laminados Gonvelsa, SL et de certains actifs utilisés par cette dernière société.

Suite à l'autorisation accordée par le Conseil d'Administration d'Arcelor SA tenu le 17 septembre 2004, l'accord-cadre sera mis en œuvre au cours du quatrième trimestre 2004 à travers la réalisation des accords sociétaires et contractuels afférents. Le revenu net à percevoir par le groupe Arcelor suite aux opérations susmentionnées sera d'environ 118 millions d'euros. Après la mise en

œuvre de l'opération, Arcelor et Corporación Gestamp continueront leur fructueuse collaboration à travers leur joint-venture Gonvarri.

Le groupe Gonvarri est le leader sur le marché espagnol de la distribution et la commercialisation de produits sidérurgiques, avec un chiffre d'affaires de 1,25 milliard d'euros et des expéditions de 2,44 millions de tonnes d'acier en 2003. Employant plus de 2000 personnes, il est aussi actif dans le domaine des centres de service au Brésil, en Italie, au Portugal, en Pologne et au Maroc. ■

## Traumreisen zu Traumpreisen mit **easybycoach-TRAVEL**

**A**b sofort fährt easybycoach.com nicht nur low cost zum Flughafen Hahn sondern bietet für die kommenden Wintermonate – November bis März – Traumreisen zu extrem günstigen Preisen an, z. B.: Eine Woche Urlaub in der Türkei in einem 5-Sterne Hotel schon ab 299 EUR, Transfers und Flüge inklusive. Das aktuelle Programm besteht ausschließlich aus 5-Sterne Hotels in der Türkei und in Dubai (Vereinigte Arabische Emirate), darunter auch die weltberühmte Nobeladresse „Burj al Arab“. Das segelähnliche Hotelkonstrukt gilt mittlerweile als Wahrzeichen der Region.

Ebenfalls neu im Programm ist das „Titanic Beach Resort“. Dies ist ein 5-Sterne Hotel der Superlative, welches kürzlich in den deutschen Medien ausgiebig vorgestellt wurde. Es liegt am feinsandigen Lara-Strand,

ca. 12 km von Antalya (Türkei) entfernt. Der Preis für eine Woche „all inclusive“ beginnt bei 399 EUR, inklusiver Bauchtanzkurs. Die Nilkreuzfahrt auf dem neuen 5-Sterneschiff „Royal Regency“ werden schon ab 869 EUR für 7 Tage Vollpension an Bord, die im Programm aufgeführten Ausflüge, alle Transfers und Flüge inklusive, angeboten. Easybycoach garantiert die gratis Transfers zu den jeweiligen deutschen Flughäfen, von wo aus die Flugreisen angetreten werden. 3 Zustiegsorte werden angeboten: der Bahnhof und der P+R Howald in Luxemburg und der P+R Autobahngrenzübergang in Wasserbillig, der letztere wird bei Flügen ab Saarbrücken nicht angeboten.

Die jeweils aktuellen Reiseangebote stehen im Internet unter der Adresse [www.easybycoach.com](http://www.easybycoach.com). Hier wird die Verfügbarkeit des ausgewählten Ter-



mins überprüft, und die gewünschte Reise kann einfach und sicher über das übersichtliche Buchungstool reserviert werden. easybycoach.com wurde 2003 mit der Internet Business Trophy der „Chambre de Commerce“ ausgezeichnet. Mittlerweile buchten tausende von Personen ihren easybycoach Airportshuttle zum Flughafen Hahn via Internet. ■

## Anniversaire

# L'agence Gare de la BGL fête ses 75 ans



**L**a Banque Générale du Luxembourg (BGL) a fêté le 28 septembre 2004 le 75<sup>e</sup> anniversaire de son agence Gare qui est, hormis l'agence Royal Montreux, l'agence la plus importante du réseau de la banque.

L'agence Gare de la BGL ouvre en 1929 dans les locaux de l'ancienne agence de la Banque Wer-

ling-Lambert, située au rez-de-chaussée de l'Hôtel Staar. Elle comprend alors trois personnes qui peuvent communiquer directement avec les clients de l'hôtel par un guichet spécialement aménagé à cette fin. La même année, la banque décide de faire construire un immeuble de commerce et d'appartements au 76, avenue de la Liberté, pour y installer son agence, au même endroit où elle se trouve encore implantée aujourd'hui. En 1956 la BGL élargit et modernise l'agence. La direction de la banque décide en 1973 de la remplacer par un nouvel immeuble. Après trois années de travaux, le personnel réintègre les nouveaux locaux avenue de la Liberté le 6 mars 1978. Enfin, entre 1994 et 1995, de nouveaux travaux de transformation et d'aménagement de l'agence sont entamés afin de répondre aux derniers standards de confort et de sécurité.

Située à 100 mètres de la gare de Luxembourg, l'agence dispose au rez-de-chaussée de six guichets pour les opérations courantes et trois guichets discrets permettant le retrait en toute sécurité de montants plus importants. Les guichets-coupons se trouvent au premier étage de même qu'une caisse discrète. La clientèle placements est accueillie au deuxième étage. Enfin au troisième étage la clientèle professionnelle dispose de parloirs spacieux pour rencontrer leurs gestionnaires. Au sous-sol, une salle de coffres-forts comprenant un millier de compartiments est à la disposition des clients.

Le chef d'agence, Monsieur Cédric BIWER, et son équipe composée de 34 personnes sont au service de la clientèle du lundi au vendredi de 9.00 à 16.30 heures ainsi que le mercredi jusqu'à 18.30 heures uniquement sur rendez-vous. ■

## Rénovation

# Réouverture de la Maison de **Villeroy & Boch**

**A**lors qu'elle s'apprête à fêter son 15<sup>e</sup> anniversaire et après d'importants travaux de rénovation, la Maison de Villeroy & Boch située rue du Fossé à Luxembourg-Ville retrouve un nouvel éclat. Sur 250 m<sup>2</sup>, toute la gamme de l'art de table se retrouve soigneusement arrangée. Outre les articles saisonniers ou thématiques, le client se voit proposer un service particulier: au coin fleuri de la Villa Verde, la fleuriste Karin Kirch et ses collaborateurs confec-

tionnent des compositions florales du mardi au samedi, qui peuvent être assorties aux articles Villeroy & Boch ou bien proposées directement dans un vase V&B.

Villeroy & Boch fait non seulement preuve d'originalité au niveau de la forme et du design, mais aussi dans le domaine du concept de vente. Dans l'ambiance accueillante de la Maison de Villeroy & Boch, le client découvre un monde surpre-

nant. Assortie jusque dans les moindres détails, la gamme de l'art de table de Villeroy & Boch – du service aux couverts, en passant par le verre, le cristal et les accessoires décoratifs – se présente sur des tables artistiquement décorées. L'intégration de la Villa Verde dans la Maison de Villeroy & Boch vient compléter l'offre autour de l'art de table et du style de vie avec les décorations florales correspondantes. ■

# Avec votre expérience et notre Executive MBA, allez plus loin !

## Executive MBA

Diplôme à reconnaissance  
internationale, niveau Bac + 5  
Une formation  
en management et stratégie  
En anglais et en français  
(mise à niveau assurée)

EMBARQUEMENT : Janvier 2005

**12 heures de formation tous les 15 jours pendant 2 ans  
A Nancy et à Strasbourg**

**Renseignements et retrait des dossiers à :**

Executive MBA ICN / Fondation IECS

Claire HAAS, Tél. : 03 83 17 33 20

e-mail : [Claire.Haas@univ-nancy2.fr](mailto:Claire.Haas@univ-nancy2.fr) - [www.icn-nancy.fr](http://www.icn-nancy.fr)

## paperJam's restaurants awards

# 7 restaurants primés dans 10 catégories

**A**bsent des kiosques au cours de la pause estivale, le média économique et financier paperJam n'a pas, pour autant, laissé ses lecteurs à l'abandon. Avec les premiers paperJam's restaurants awards, il était ainsi possible, à chacun, d'élire entre le 1<sup>er</sup> juillet et le 31 août via vote électronique sur le site [www.paperjam.lu](http://www.paperjam.lu) son restaurant préféré et ce dans dix catégories différentes.

«Il est réjouissant de constater que les résultats correspondent, dans l'ensemble, à ce que notre équipe constate et commente sur l'ensemble

d'une année d'enquêtes pour notre City Guide Explorer», a pu noter Jacques Demarque, chroniqueur gastronomique et coordinateur de ce guide Explorer, qui, rappelons-le, a fêté ses dix ans d'existence en juin dernier.

Voici, dans l'ordre d'attribution, les vainqueurs de ces premiers paperJam's restaurants awards, qui ont reçu leurs prix, à l'occasion d'une cérémonie officielle organisée au Garage Arnold Kontz:

- Meilleur accueil pour groupes: Cat Club
- Restaurant coup de coeur: Toit pour toi
- Meilleure table italienne: Mosconi
- Meilleure table exotique: Kamakura
- Meilleure carte des vins: Chiggeri
- Meilleur restaurant d'hôtel: La Pomme Cannelle (Le Royal)
- Meilleur accueil et service: Toit pour toi
- Meilleur nouveau restaurant: Apoteca
- Meilleur business lunch: Cat Club
- Meilleure table gastronomique: Mosconi



## 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](http://www.alcomfi.lu)

## Secteur bancaire

# La place financière accueille deux nouvelles banques

**L**e ministre du Trésor et du Budget, M. Luc Frieden, a accordé début septembre l'agrément à deux nouvelles banques qui viennent s'implanter sur la place financière. Il s'agit d'une succursale de Crédit Suisse, Zurich, société anonyme de droit suisse faisant partie du «Credit Suisse Group», qui renforcera ainsi sa présence sur la place de Luxembourg où elle dispose déjà d'une filiale de droit luxembourgeois et de Uni-Credit International Bank (Luxembourg) S.A., filiale de la banque italienne UniCredito Italiano de Milan, qui transformera ainsi en société de droit luxembourgeois

sa succursale, présente sur la place depuis 1987.

Pour le ministre Frieden, ce renforcement de la présence bancaire au Luxembourg de deux grands groupes bancaires européens et internationaux témoigne de l'évolution positive de la place financière, dont le développement et la diversification sont des objectifs du gouvernement. Elle va de pair avec la bonne tenue de l'emploi sur la place financière qui a affiché au 2<sup>e</sup> trimestre 2004, et pour la première fois depuis 2002, une croissance annuelle de l'emploi salarié.

*(communiqué par le ministère des Finances)* ■



# Your Concept Car – un concept Volvo créé par des femmes

L'idée d'une équipe composée exclusivement de femmes, chargées de toutes les décisions concernant la création d'un nouveau concept car, a vu le jour chez Volvo à l'automne 2001. En juin 2002, un petit groupe de femmes a été invité à présenter son projet à Hans-Olov Olsson, le directeur général de Volvo Car Corporation, qui l'a accueilli avec enthousiasme. Les femmes constituent un segment de clientèle de plus en plus important pour Volvo Cars. Aux Etats-Unis, 54 % de tous les acheteurs de Volvo sont des femmes, tandis que le pourcentage de clientes en Europe est lui aussi en constante augmentation. L'équipe de gestion du projet YCC se compose de cinq femmes de chez Volvo Cars, qui lui ont apporté une vaste gamme d'expériences issues de divers domaines de l'automobile. Les trois principaux designers sont aussi des femmes. «Nous avons voulu conserver le point de vue des femmes de A jusqu'à Z», explique Hans-Olov Olsson.

Après une série d'études préliminaires, l'équipe de direction de Volvo Cars a donné le feu vert au projet en décembre 2002. Le cahier des charges était parfaitement clair: l'équipe a eu carte blanche pour créer un concept car capable d'emporter l'approbation de la catégorie de clients Volvo la plus exigeante de toutes: les femmes actives indépendantes.

Les acheteuses veulent tout ce que les hommes demandent en termes de performance et de ligne. Mais elles veulent plus, notamment des solutions de rangement astucieuses, la possibilité de personnaliser la voiture, une voiture facile à garer, une bonne visibilité, une

maintenance réduite au minimum ou encore, une voiture où l'on entre et d'où l'on sort facilement. Le YCC est un concept car unique et original, une sorte de vitrine Volvo conçu pour partager des idées et des solutions ingénieuses avec tous. Les solutions qui auront été le plus appréciées sont celles qui ont le plus de possibilités d'être reprises dans un futur modèle de production. Plus d'informations: [www.media.volvo-cars.com](http://www.media.volvo-cars.com) ■



L'équipe du projet composée exclusivement de femmes

Alu  
Co

s.a.



**Une, deux, trois, quatre, six, neuf...**




**...rouge, verte, bleue, jaune, blanche ou inox**

**Pour vos boîtes aux lettres, nous réalisons ce que vous voulez. Même la pose.**

**Profilés et tôles en alu.**



**78, Mühlenweg || L-2155 Luxembourg-Gasperich  
Tél. 49 64 28 / 48 52 19 || Fax 49 64 40**

# Bourse d'entreprises

**Vous désirez publier une annonce? Inscrivez-vous sur le site [www.cc.lu/bourse.btm](http://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 électroménagers 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.: C249

Vends fonds de commerce avec stock important d'un commerce de vin situé à la Moselle; entreprise familiale de longue date.

### Réf.: C256

A remettre stock de vins de domaines réputés et la clientèle d'une société import-export de vins pour changement d'activité.

### 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 espace commercial de 450 m<sup>2</sup>; équipement pour wellness & beauty inclus, 20 parkings privés; à 10 minutes de Luxembourg-Ville; vente des murs ou location possible.

### 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 m<sup>2</sup>; 42 chambres; appartement; garage-parking; vente avec murs; administration avec magasin +/- 500 m<sup>2</sup>.

### Réf.: C267

Vends institut de beauté sur 260 m<sup>2</sup>; 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.: 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.: 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, fonds de commerce ou fonds 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.: C288

Vends commerce (parts + stock) spécialisé dans le vêtement haut de gamme. Bon emplacement dans le Centre-Ville.

### Réf.: C290

Vends auberge-restaurant en plein milieu de campagne, +/- 60 couverts. Etat excellent, bonne clientèle existante.

### Réf.: C293

Vends magasin de vélos spécialisé haut de gamme, marque exclusive, très forte notoriété au Luxembourg, France et en Belgique. Bon emplacement.

### Réf.: C294

Vends centre de beauté + franchise, 7 cabines. Bon emplacement au sud du pays.

### Réf.: C296

Vends café, sandwicherie au Centre-Ville.

### Réf.: C300

Vends restaurant avec terrasse, 50 couverts. Excellente situation Centre-Ville.

### Réf.: C303

Vends commerce de vêtements surface au Sud du pays.

### Réf.: C305

Vends groupe de sociétés dans le secteur IT (bâtiment >1000 m<sup>2</sup>) au sud du pays.

### Réf.: C306

Vends agence de publicité, année de création 2000. Activité à relancer.

### Réf.: C308

Vends fonds de commerce d'un magasin de chaussures-maroquinerie et dépôt de nettoyage à sec.

### Réf.: C309

Vends magasin de vêtements enfants au Centre-Ville, zone piétonne.

### Réf.: C311

Vends restaurant spacieux, semi-gastronomique/cuisine traditionnelle lux., +/- 200 places, salle de réunion, terrasse, parking. Partenariat possible.

### Réf.: C313

Vends société de service de nettoyage, traitements et microsablage.

### Réf.: C314

Vends commerce d'articles de sport au nord du pays.

### Réf.: C315

Vends camping, café, restaurant, +/- 5 ha, emplacements fixes, en très bon état.

Banque

Assurances

Leasing



## ING MultiLine

### Vous désirez exécuter **gratuitement** vos ordres de paiements nationaux et internationaux?

Ne cherchez plus!

Que vous soyez chef d'entreprise, directeur financier ou indépendant, ING Luxembourg vous propose ING MultiLine.

MultiLine est un produit multibancaire luxembourgeois qui vous permet de gérer vos paiements depuis votre ordinateur, rapidement et en toute sécurité.

Dans le cadre de la nouvelle tarification propre aux Paiements Européens, il vous est possible d'effectuer vos transferts, sans frais, pour autant que vous respectiez les critères suivants:

- Paiement en euros vers un pays de l'Union Européenne
- Montant inférieur ou égal à 12.500 euros
- Le compte IBAN du bénéficiaire et le code BIC (ou code SWIFT) de la banque du bénéficiaire doivent être mentionnés
- Les frais doivent être partagés (SHA)

De cette manière, nous vous garantissons la gratuité pour l'acheminement des fonds jusqu'à la banque du bénéficiaire.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à contacter une de nos agences.

# Bourse d'entreprises

## Réf.: C316

Vends fonds de commerce d'un restaurant avec cour intérieure, Centre-Gare.

## Réf.: C317

Vends fonds de commerce d'une parfumerie au Centre-Ville de Luxembourg.

## Réf.: C318

Vends société de services en Informatique dans le monde Linux. Produits définis, type routeur WiFi ou serveur de fichier tout intégré. Affaire à lancer.

## Réf.: C319

Vends petite entreprise dans le domaine de l'administratif et de l'informatique (cadeaux publicitaires).

## Réf.: C320

Vends fonds de commerce d'un snack/caféteria. Bonne situation au nord du pays.

## Réf.: C321

Vends fonds de commerce (agencement, mobilier, stock...) dans l'alimentation, petite restauration, commerce de vins... au Centre-Ville.

## Réf.: C322

Vends tout ou partie des contrats d'exclusivité pour la commercialisation de distributeurs automatiques de DVD en Tchéquie et Slovaquie. La marque représentée est un des leaders mondiaux de son secteur d'activité. Personnel trilingue (FR, EN, CZ) faisant déjà partie de l'activité.

## Réf.: C323

Vends restaurant, alentours de Luxembourg-Ville, 90 couverts sans terrasse.

## Réf.: C324

Vends Commerce de Bijouterie Fantaisie au Centre-Ville de Luxembourg, très bonne situation.

## Réf.: C325

Vends fonds de commerce au Centre-Ville de Luxembourg, petite restauration, sandwicherie, boulangerie.

## Réf.: C326

Vends société avec diverses représentations pour l'industrie et pour collectivités.

## Réf.: C327

Vends commerce de vêtements pour dames à Echternach dans zone piétonne, très bonne situation.

## Réf.: C328

Vends Café-Restaurant avec terrasse à l'Est du pays.

## Réf.: C329

Vends Horlogerie-Bijouterie fondée en 1936 dans Ville touristique, zone piétonne.

## Réf.: C330

Vends société de transports internationaux de marchandises par route. Location de véhicules incluse.

## Réf.: C331

Vends salaisons, boucherie sur 270 m<sup>2</sup>, grands frigos, dans un immeuble haute finition.

## Réf.: C332

Vends société de transports de marchandises générales.

## Réf.: C333

Vends lingerie de luxe hommes et femmes, bon emplacement dans Centre Commercial, bonne clientèle.

## Réf.: C334

Vends entreprise de jardinage, entretiens plantes.

## Réf.: C335

Vends société dans la petite restauration située au Centre-Ville. Clientèle fidèle.

## Réf.: C336

Vends fond de commerce d'un restaurant 1.000 places, +/- 250 m<sup>2</sup> terrasse, Luxembourg-Gare.

## Groupe 2 – Cherche à reprendre:

## 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.: R193

Entrepreneur indépendant cherche à reprendre petite entreprise dans le domaine de conseils entreprises, service informatique, traductions.

## Réf.: R196

Cherche à reprendre petite société industrielle de fabrication ou de transformation. Participation également possible.

## Réf.: R203

Société luxembourgeoise de distribution et de représentation 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.: R205

Cherche à reprendre fonds de commerce pour création d'un magasin de sport.

## Réf.: R207

Ingénieur cherche à reprendre société industrielle dans les domaines automation et/ou électronique en général.

## Réf.: R209

Cherche à reprendre commerce de meubles.

## Réf.: R210

Ingénieur civil des mines cherche à reprendre société industrielle/PMI.

## Réf.: R211

Créateur d'entreprise, dynamique et motivé cherche à reprendre bar, café ou brasserie à Luxembourg-Ville ou alentours.

## Réf.: R212

Cherche à reprendre fiduciaire, clientèle d'un bureau comptable, partenariat, sous-traitance ou partenariat.

## Réf.: R213

Cherche à reprendre société de production ou de services à destination des entreprises. Marché européen ou international.

## Réf.: R214

Cherche à reprendre société de transport international de marchandises par route. Reprise complète ou prise de participation possible.

## Réf.: R215

Cherche participation, partenariat dans fiduciaire,

société d'expertise comptable ou de conseil économique.

## Réf.: R216

Cherche bureau comptable pour accroissement (partenariat possible).

## Réf.: R217

Cherche petit Café, Sandwicherie ou Salon de Thé au Centre-Ville.

## Réf.: R218

Cherche partenariat avec une entreprise active dans la vente et fabrication de produits du secteur énergies renouvelables, photovoltaïque, éolienne et accessoires.

## Réf.: R219

Cherche à reprendre commerce de vins.

## Réf.: R220

Cherche à reprendre Restaurant-Pizzeria au Centre resp. au sud du pays.

## Réf.: R221

Cherche à reprendre société informatique, taille 5-50 personnes.

## Réf.: R222

Cherche à reprendre commerce de vêtements haut de gamme, chaussures, lingerie fine.

## Réf.: R223

Cherche à reprendre société de fabrication, production et de distribution de produits fabriqués.

## Réf.: R224

Cherche à reprendre société de services informatiques.

## Réf.: R225

Cherche salle de spectacle avec bar au Centre-Ville pour un public d'environ 50 personnes.



# paperJam<sup>3</sup>



Média stimulateur de réactivité

# 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 15/09/2004.

### BOUTIQUE DEMUTH

89, Grand-Rue  
L-9002 ETTTELBRUCK  
c95146/2004  
07/07/2004 - 06/01/2005

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'horlogerie,  
de bijouterie et d'argenterie*

### BOUTIQUE JOSE

56, rue Zenon Bernard  
L-4031 ESCH-SUR-ALZETTE  
c95143/2004  
25/06/2004 - 24/12/2004

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de confection  
et articles de lingerie*

### CLOPIN-CLOPAN

17A, rue des Tilleuls  
L-8832 ROMBACH  
c95149/2004  
06/09/2004 - 05/03/2005

*cessation complète  
de l'activité commerciale*

### DALEIDEN S.à r.l

63, Grand-Rue  
L-1661 LUXEMBOURG  
c95141/2004  
30/08/2004 - 28/02/2005

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de parfumerie  
et articles de la branche  
du coiffeur pour dames*

### FOURRURES SYBILLE

33, rue de l'Alzette  
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE  
c95147/2004  
01/09/2004 - 28/02/2005

*cessation complète  
de l'activité commerciale*

### MAISON GOOSSENS

50, rue Laduno  
L-9147 ERPELDANGE  
c95126/2004  
17/04/2004 - 16/10/2004

*cessation complète  
de l'activité produits alimentaires  
et articles en étain*

### MEUBLES HOFFMANN

35-37, rue Victor Hugo  
L-4140 ESCH-SUR-ALZETTE  
c95134/2004  
25/05/2004 - 24/11/2004

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'ameublement*

### MILTGEN MICHEL

2, rue Haaler-Burchmauer  
L-6417 ECHTERNACH  
c95133/2004/A  
22/04/2004 - 21/10/2004

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
objets d'art et antiquités*

### NEW BABY

7, place G.-D. Charlotte  
L-3710 RUMELANGE  
c95132/2004  
01/06/2004 - 30/11/2004

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'habillement*

### PEINTURE-DECORS LEON OLINGER S.à r.l.

26, Esplanade  
L-6601 WASSERBILLIG

c95136/2004  
15/05/2004 - 14/11/2004

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles du métier  
de peintre-décorateur*

### SF MODE

13C, rue de la Rec. Nationale  
L-4936 BASCHARAGE

c95135/2004  
04/05/2004 - 03/11/2004

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
vêtements*

### TOP FANCY S.à r.l.

113, Grand-Rue  
L-9051 ETTTELBRUCK

c95144/2004  
13/07/2004 - 12/01/2005

*cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'habillement en textile,  
articles de lingerie et articles  
de mercerie-bonneterie*



## Plusieurs milliers de professionnels exigeants profitent déjà des avantages Global Pro.

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](http://www.globalpro.lu)

BGL. PARTENAIRE D'UN MONDE PLUS OUVERT.



BANQUE GÉNÉRALE  
DU LUXEMBOURG





# Q'Pack+

La distribution de vos paquets en toute sécurité.

ADVANTAGE



- Colis nationaux et internationaux
- Délai de livraison garanti
- Suivi électronique
- Assurance incluse

**NUMÉRO  
GRATUIT  
8002 3210**

**Q'PACK+** Les solutions colis.



P&T Division des Postes Unité Commerciale L-2998 Luxembourg - Téléphone : 8002 3210 - Fax : 48 83 94 - [www.ept.lu](http://www.ept.lu)