

JANVIER/FÉVRIER 2006

MERKUR

DE L'ÉTATZEBUERGER MERKUR
BULLETIN DE LA CHAMBRE DE COMMERCE DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

www.cc.lu



Calendrier officiel du Commerce Extérieur 2006

Embarquement immédiat vers de nouveaux marchés



■ RÉTROSPECTIVE 2005

12 mois au service
des entreprises
et de l'économie

■ CHRONIQUE JURIDIQUE

Les garanties légales
et la garantie commerciale
dans la vente de biens
meubles corporels

■ ENQUÊTE CLC

Indexation et
compétitivité

PRIVATE BANKING

Petit trésor deviendra grand



Quel que soit votre profil d'investisseur, à la Banque et Caisse d'Épargne de l'État vos avoirs sont en de bonnes mains. Des mains expertes, qui connaissent parfaitement les marchés et qui gèrent votre patrimoine en bon père de famille. Notre objectif, c'est d'atteindre le vôtre. En termes de sécurité, de rentabilité, de liquidité. Contactez nos spécialistes dans un des centres « private banking » ou dans votre agence habituelle. Ils se feront un plaisir de vous conseiller.



SPUERKEESS

Ärt Liewen. Är Bank.

Banque et Caisse d'Épargne de l'État, Luxembourg, établissement public autonome, 1, Place de Metz, L-2954 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg B 30775, www.bcee.lu

Centres Private Banking de la BCEE:

Luxembourg - Gare ■ Luxembourg - Rousegaertchen ■ Esch/Alzette - Place de l'Hôtel de Ville ■ Ettelbruck ■ Echternach

2006, année des réformes

en profondeur au Luxembourg

La situation actuelle au Luxembourg est caractérisée par d'importantes pressions inflationnistes, des déficits publics qui vont en s'aggravant, un taux de chômage qui ne cesse d'augmenter, d'importants risques en ce qui concerne la soutenabilité à long terme des systèmes de sécurité sociale et de faibles performances dans le domaine de l'éducation et de la recherche publique.

Le Plan national pour l'innovation et le plein emploi présenté en 2005 par le Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur indique une véritable prise de conscience de la part du Gouvernement de l'urgence actuelle à mettre en œuvre les réformes nécessaires à l'amélioration de la compétitivité de l'économie luxembourgeoise, et notamment dans les cinq domaines mentionnés plus haut.

Cependant, si le Plan national marque un pas important dans la bonne direction, la Chambre de Commerce regrette que ce document ne comporte pour l'essentiel que des mesures relativement générales et assez peu de propositions concrètes.

En ce qui concerne les politiques macroéconomiques, la Chambre de Commerce partage le point de vue du Gouvernement en ce qui concerne la nécessité d'adopter des réformes structurelles afin de garantir la soutenabilité à long terme des régimes de sécurité sociale (tout spécialement dans le domaine des transferts sociaux), de rétablir l'équilibre des finances publiques et de maintenir l'inflation sous contrôle.

La Chambre de Commerce soutient également l'idée exposée dans le Plan national de développer et de diversifier l'économie luxembourgeoise, l'accent devant être mis sur les domaines tels que les investissements dans des infrastructures performantes et la R&D. Les milieux professionnels sont prêts à contribuer activement à la redéfinition de la politique nationale dans ce domaine, notamment par l'identification de mesures concrètes permettant d'améliorer à court terme l'attractivité du Luxembourg et de garantir à long terme la compétitivité de l'économie.

En ce qui concerne le marché du travail, la Chambre de Commerce constate que le Plan national énonce un certain nombre de propositions concernant l'amélioration de l'employabilité des sans-emplois sur le marché du travail.

Cependant, l'absence de mesures concrètes devant permettre de garantir une plus grande flexibilité au marché du travail est relativement décevante.

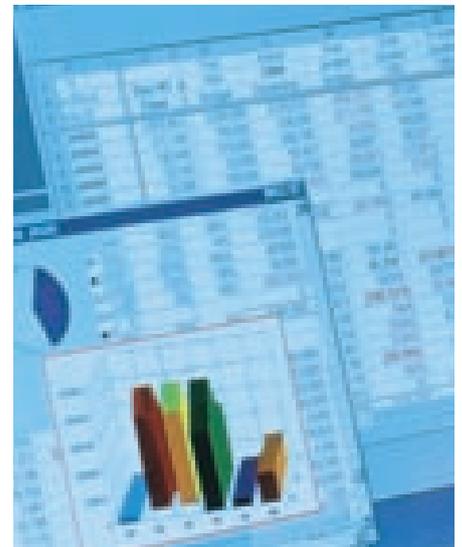
Enfin, les réformes annoncées dans le domaine de l'éducation sont loin de satisfaire les revendications des milieux professionnels, notamment dans la perspective d'une meilleure adéquation du système éducatif aux changements de la société et aux besoins réels de l'économie.

La Chambre de Commerce espère que les négociations qui se dérouleront dans le cadre du Comité de coordination tripartite en 2006 permettront de pallier à ces inconvénients et de mettre en œuvre les réformes nécessaires à l'amélioration de la compétitivité de l'économie luxembourgeoise. Dans cette perspective, il est urgent d'élaborer un pacte contre l'inflation comportant notamment le contrôle des prix administrés et des tarifs publics, la désindexation de l'économie et la suppression de nombreux automatismes, la modération salariale et la stimulation de la concurrence.

En vue de limiter les effets négatifs pour la compétitivité des entreprises luxembourgeoises découlant d'un différentiel d'inflation important avec les pays voisins, la Chambre de Commerce plaide pour un plafonnement de l'application du système d'indexation automatique des salaires à 1,5 fois le SSM et un réaménagement du panier des biens sous-jacent au calcul de l'indice des prix à la consommation.

En matière de transferts sociaux, il faudra mieux cibler les dépenses et allouer les transferts de manière plus sélective après une analyse efficacité-coût des transferts. Quant au marché de l'emploi, la lutte contre le chômage est une priorité absolue, la Chambre plaide pour une réforme rapide et en profondeur de l'ADEM, une administration qui fait actuellement l'objet de plusieurs études. En matière d'infrastructures, les partenariats publics-privés devront constituer une autre priorité du Gouvernement pour les années à venir.

Quant aux finances publiques, la Chambre de Commerce renvoie à son avis budgétaire du 15 novembre 2005 et aux mesures y proposées en vue de ramener rapidement le solde de l'État sur la voie de l'équilibre.



RÉTROSPECTIVE 2005

ÉCONOMIE

4 Rétrospective 2005: 12 mois au service des entreprises et de l'économie

67 Participation du Luxembourg à la réalisation de l'enquête IMD et WEF sur la compétitivité

RÉTROSPECTIVE 2005

- 4 Rétrospective 2005:
12 mois au service des entreprises
et de l'économie

FLASH

- 26 Constitution de la Business
Association Luxembourg-Russie
- 27 Tarkett Luxembourg S.A.
souscrit pour le groupe Tarkett AG
une assurance-crédit auprès
de l'Office du Ducroire et
Euler Hermes Credit Insurance
Belgium S.A.

INTERNATIONAL

- 28 Calendrier 2006
- 28 Commerce extérieur:
un programme d'action 2006
ambitieux
- 29 Messen und Ausstellungen
im März 2006
- 30 Automobilforum der Großregion
Saar-Lor-Lux
- 33 Mission de promotion
économique
au Pérou et au Mexique
- 33 Premier stand collectif
luxembourgeois lors du salon
«MIPIM» à Cannes
- 34 Trois missions économiques
en Europe

- 35 YES program V
(young executive stay)
Commercial export mission
to Japan
- 36 Journées d'opportunités
d'affaires 2006
- 38 11^e édition du Salon à l'Envers
(Thionville - France)
- 38 Recevoir les appels d'offres
correspondant à son activité
- 40 Textes européens publiés
du 25 novembre 2005
au 13 janvier 2006
- 42 Certificats d'immatriculation
des véhicules
- 42 Augmentation du seuil pour
les transactions réglementées
de 12.500 à 50.000 euros
- 43 L'Autriche assure la présidence
du Conseil de l'UE
- 44 Ernst Moutschen nommé chef
de la Représentation de la
Commission européenne
au Luxembourg
- 44 Révision de la directive
télévision sans frontières (TVSF)

FORMATION

- 46 L'approche par objectifs
de la formation
- 49 Le site de Belval accueillera
l'Université du Luxembourg

- 50 Catalogue 2006
des formations de Luxcontrol:
nouveau look,
nouvelle structuration,
nouveaux sujets
- 51 Intégration des étrangers:
Subventions pour l'apprentissage
du luxembourgeois
- 52 INFPC: Formation sur la gestion
des ressources humaines
en petites entreprises
- 52 Seminar: Dienstleistung,
(k)eine Frage!?
- 54 Formation en «Management
des compétences»
- 56 Conférence: Le management
des compétences,
un outil au service des PME-PMI!
- 57 Le catalogue des formations
bancaires 2006 vient de paraître

INNOVATION

- 58 Jeannot Krecké signe une
convention pour soutenir les efforts
de R&D de HITEC Luxembourg S.A.
- 59 Lancement de www.transqual.net
- 60 Créer une entreprise
innovante au Luxembourg
- 62 Luxinnovation mobilise les
entrepreneurs et chercheurs
luxembourgeois en vue du
futur 7^e PCRD et de l'initiative
intergouvernementale Eurêka

Editeur:

Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi
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: 34.500 exemplaires
Reproduction autorisée avec
mention de la source.
Copie à l'éditeur

Rédaction:

Patrick Ernzer, rédacteur en chef
Marie-Hélène Trouillet
Mise en page et impression:
Imprimerie Centrale S.A.

Publicité:

Imprimerie Centrale
Service Régie, Bureaux:
15, rue du Commerce
L-1351 Luxembourg

Tél.: (+352) 40 36 10-1
Fax: (+352) 40 36 10-228
E-mail: regie@ic.lu



LÉGISLATION ET AVIS

- 76 La vente de biens meubles corporels: les autres garanties légales du code civil et la garantie commerciale**

ÉCONOMIE

- 64** En 2004 les résidents ont entrepris 1,1 million de voyages de loisirs
- 66** Les taux d'intérêt de base restent inchangés
- 67** Participation du Luxembourg à la réalisation de l'enquête IMD et WEF sur la compétitivité
- 68** Le taux d'inflation se maintient à 2,5 %
- 69** Simplification administrative en matière INTRASTAT

COMMERCE

- 70** Le secteur du jardinage, des animaleries, des fleuristes et des grainetiers

LÉGISLATION & AVIS

- 76** La vente de biens meubles corporels: les autres garanties légales du code civil et la garantie commerciale
- 81** Responsabilité en matière de traitement et de recyclage des déchets des équipements électriques et électroniques
- 82** Alcopops: surtaxe de 6 euros par litre
- 82** Affiliation pour indépendants et pour conjoints aidants

Conception graphique:
Millenium - Bertrange
Couverture:
Iola

Crédit photographique:
MEV Verlag,
Chambre de Commerce, SIP



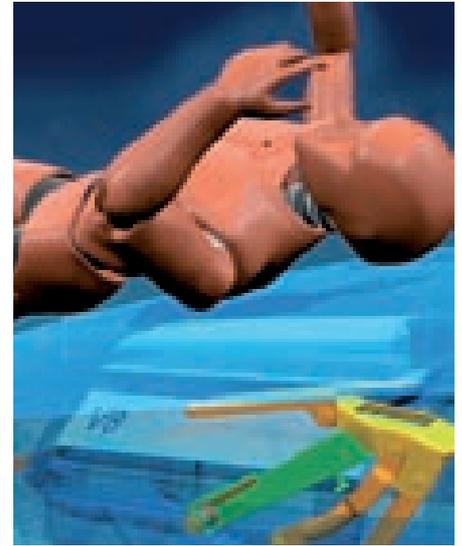
COMMERCE

- 70 Le secteur du jardinage, des animaleries, des fleuristes et des grainetiers**

- 83** Nouveau numéro du périodique «JurisNews – Regard sur le Droit du Travail»
- 84** Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce
- 86** Nouvelles dispositions fiscales
- 88** Dépôt et publicité des comptes annuels: changements importants à partir de 2006

FÉDÉRATIONS

- 90** Indexation et compétitivité
- 98** Entrée en vigueur d'un nouveau système de recyclage pour déchets électriques et électroniques
- 99** La FEDIL plaide en faveur d'un programme de réformes structurelles du marché de l'emploi
- 100** Contribution des organisations patronales à la résorption du chômage
- 104** Le Président Jean Meyer présente son programme d'action en 10 points
- 105** Marianne Welter, nouvelle patronne des routiers
- 106** Girls' Day 2006 – Aidez les filles à construire leur avenir professionnel



ACTUALITÉS ENTREPRISES

- 109 Protecto: pour la protection des piétons**

ACTUALITÉS ENTREPRISES

- 108** En bref
- 108** Arcelor vend Flachform Stahl à Hövelmann & Lueg GmbH
- 109** Protecto: pour la protection des piétons
- 110** Les Caves Bernard-Massard certifiées ISO 14001: 2004
- 111** Cegedel et VSE NET regroupent leurs activités et lancent artelis
- 112** ING Run for something better: courir pour une bonne cause
- 113** Engagement écologique de Cegedel
- 114** A la découverte des plus prestigieux vignobles d'Europe
- 115** Nouveaux catalogues 2006: Croisières Luxair et Luxair Tours
- 116** Le Luxembourg en phase de devenir le centre d'excellence du «pension fund pooling»
- 116** Les «Awards» récompenseront les meilleures créations ce 23 février

BOURSE d'ENTREPRISES 118

LIQUIDATIONS 120

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.

Retrospective

12 mois au des entreprises

Présidence luxembourgeoise de l'Union européenne, référendum sur la constitution européenne, flambée du prix du pétrole, climat économique incertain... La vie économique et politique de l'année écoulée aura été particulièrement riche en moments forts et la Chambre de Commerce a souvent été aux premières loges de l'activité mouvementée du pays. Pour remettre à nos lecteurs les événements le plus marquants de l'année 2005 en mémoire, nous leur proposons sur les prochaines pages une rétrospective – certes non exhaustive – mais toute en images de l'activité de la Chambre de Commerce en 2005.

JANVIER 2005



■ Le Luxembourg prend les rênes de l'Union européenne

A l'occasion de l'ouverture de la Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'UE, le gouvernement luxembourgeois accueille le 10 janvier à Luxembourg le collège des commissaires européens. Une réunion de travail entre les membres de la délégation de la Commission européenne se déroule dans les locaux de la Chambre de Commerce. Lors d'une conférence de presse conjointe, le Président en

exercice du Conseil européen et Premier ministre luxembourgeois Jean-Claude Juncker, et le Président de la Commission européenne, José Manuel Barroso, passent en revue les grandes priorités de la Présidence luxembourgeoise, à savoir la relance du processus de Lisbonne, la réforme du Pacte de stabilité et de croissance et l'accord politique sur les perspectives financières 2007-2013. ■

2005: service et de l'économie

■ Candidats 1, 2, 3, GO: Que sont-ils devenus?

L'Association Business Initiative et son parcours interrégional 1, 2, 3, GO d'aide à l'élaboration de plans d'affaires a été créée en avril 2000 pour promouvoir l'esprit d'entreprise dans la Grande Région. En seulement 5 ans 1, 2, 3, GO s'est imposé comme un acteur incontournable en matière de promotion et d'aide à la création d'entreprise. Pour honorer ce succès, le Merkur

dresse dans son édition de janvier un premier bilan et passe en revue le parcours des entreprises ayant participé au concours. La conclusion heureuse: Sur les 126 entreprises qui ont vu le jour sous l'accompagnement d'1, 2, 3, GO dans la Grande Région, seuls 6 ont dû cesser leur activités. Au Luxembourg l'initiative a accompagné la création de 33 start-up et de 104 emplois. ■



■ L'IFCC, l'OLAP et la Chambre des Métiers unissent leurs efforts

L'année 2005 sera marquée par la mise en place d'un nouveau partenariat entre l'IFCC, l'Office luxembourgeois pour l'accroissement de la productivité (OLAP) et la Chambre des Métiers. Comme l'offre dans certains segments est devenue redondante sur un marché de la formation continue de plus en plus concurrentiel, au risque de désespérer les entreprises, l'IFCC, l'OLAP, et la Chambre des Métiers ont décidé de renforcer leurs liens et de donner une nouvelle qualité à

leur coopération en proposant pour l'année 2005 en commun quelque 88 séminaires de haute qualité tout en évitant les recoupements. Photo (de gauche à droite): M. Jean Junck, membre du comité de direction de l'IFCC; M. Paul Emering, président de l'OLAP; M. Christian Weiland, chargé de direction de l'OLAP; M. Paul Ensich, directeur de la Chambre des Métiers et M. Paul Krier, conseiller de direction auprès de la Chambre des Métiers. ■





En marge de la présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union européenne, la Chambre

de Commerce et la Sacred Heart University organisent le 20 janvier 2005, une conférence sur les enjeux de **l'entrée de la Turquie au sein de l'Union européenne** avec les interventions du Dr. Steinherr, Chef Economiste à la Banque Européenne d'Investissement, de Mme Senem Aydin, chercheuse au Centre for European Policy Studies (CEPS) de Bruxelles et du Dr. Walter Hagg, Ambassadeur d'Autriche.

Ce grand sujet d'actualité a passionné l'assemblée qui a largement participé à l'échange d'idées lors de la séance des questions-réponses. ■



La Chambre de Commerce se montre **solidaire des victimes du Tsunami en Asie**: le personnel renonce aux canapés et amuses-bouches lors de la réception du Nouvel An et verse l'économie ainsi réalisée à une œuvre caritative venant en aide aux victimes du tsunami en Inde. ■

FEVRIER 2005



■ Rapport Fontagné: Une chance à saisir!

L'Observatoire de la compétitivité de l'économie luxembourgeoise du Ministère de l'économie avait dévoilé au public fin novembre 2004 le rapport du professeur Lionel Fontagné sur la compétitivité du Luxembourg. Ce rapport présentait de manière objective et critique la situation actuelle et les perspectives en matière de compétitivité de l'économie luxembourgeoise. Même si la Chambre de Commerce aurait souhaité une analyse plus sectorielle, elle estime que les domaines d'actions proposés par le rapport constituaient une bonne base pour les discussions au sein du comité de coordination tripartite, d'autant plus que ces recommandations s'alignent sur celles définies par la stratégie de Lisbonne concernant la formation, la recherche, l'eGovernment, les technologies de l'information

et l'esprit d'entreprise. Lorsque la Tripartite se réunit en comité restreint le 3 février 2005 pour procéder à un premier échange de vues approfondi sur le rapport Fontagné, les différents partenaires sociaux saisissent l'occasion pour exposer, en présence de l'auteur, leurs points de vues respectifs sur son analyse de la compétitivité du Luxembourg. Même si le rapport Fontagné n'a dans sa première mouture pas fait l'unanimité au sein du comité de coordination Tripartite, il suscite un véritable et nécessaire débat sur l'orientation future de l'économie du pays. Les discussions qui sont menées au sein de la Tripartite aboutiront finalement à un plan d'action national en faveur de l'innovation et de l'emploi que le Gouvernement présente à la fin de l'année 2005. ■

■ La Communication retrouve ses «Trophées»

Le 25 février 2005 la Chambre de Commerce accueille près de 300 personnes dans ses locaux à l'occasion d'une conférence co-organisée avec Design Luxembourg (l'association des graphistes et photographes), MarkCom (Fédération luxembourgeoise des Agences-Conseils) et Tempo (régie du groupe mke-Mike Koedinger éditions). Camille Groff, l'ancien Président de l'association MarkCom et Directeur associé Mikado Publicis (photo) présente la MarkCom et ses lignes de conduite ainsi que le nouveau site www.markcom.lu. Après des exposés sur les dernières évolutions en matière de publicité et de design par Patrick Willemarck, Président de l'Associa-

tion des Agences de Communication et CEO de Grey Group Belgium; Tom Gloesener, Président de l'association Design Luxembourg et associé Vidale-Gloesener et Deborah Dawton, Chief executive Design Business Association London, la MarkCom annonce la sortie imminente d'un Vademecum qui servira d'outil d'information pratique et clair sur les meilleures méthodes à adopter en matière de tarification des services. MarkCom reprend également le flambeau des «Trophées de la Pub» et annonce qu'elle organisera le 27 mai 2005 un concours réalisé par les professionnels du secteur qui couronnera les meilleures créations publicitaires 2004. IP Luxembourg lancera

en parallèle un nouveau concept de récompenses dans le domaine des médias: radio, TV, cinéma et Internet. ■



Par la loi du 4 juillet 2004, le législateur a **réformé la loi d'établissement** du 28 décembre 1988 réglementant l'accès aux activités de commerçant, d'artisan, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales. Par la nouvelle loi le législateur a voulu répondre à l'évolution du commerce et transposer sa volonté politique de prévention des échecs commerciaux. Dans la foulée, le législateur a aussi amendé le cadre général des régimes d'aide en faveur du secteur des classes moyennes, dit loi cadre PME. Dans son dossier du mois, le Merkur explique les changements intervenus dans le droit d'établissement. ■



L'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC) organise une conférence de presse au cours de laquelle son comité de direction, composé de Eliane Theis, Jean Junck, Paul Emering et Jean Kandel (de g. à dr.) tire le bilan de l'exercice 2004 et présente le plan de travail pour l'année 2005, qui sera marquée par le lancement d'une nouvelle formation en «**Management international pour cadres et dirigeants**» et par une importante activité de «veille» du marché de la formation, notamment au niveau de la demande en formation dans les secteurs de l'industrie, du commerce et de l'horeca. L'approche prédominante en matière de conception de nouvelles formations sera celle du «bottom-up», c'est-à-dire la conception de programmes de for-

mation adaptés aux besoins d'un secteur déterminé. Le nouveau site www.ifcc.lu est favorablement accueilli par les entreprises. ■



En date du 2 février 2005 a eu lieu l'assemblée constituante de l'association sans but lucratif dénommée **Groupement luxembourgeois de l'aéronautique et de l'espace (GLAE)**. La constitution du Groupement luxembourgeois de l'aéronautique et de l'espace donne suite à l'adhésion du Grand-Duché de Luxembourg à la convention de l'Agence spatiale européenne (European Space Agency, ESA) et permettra aux entreprises luxembourgeoises de créer des synergies tant aux niveaux national et européen que dans les secteurs privé et public. ■

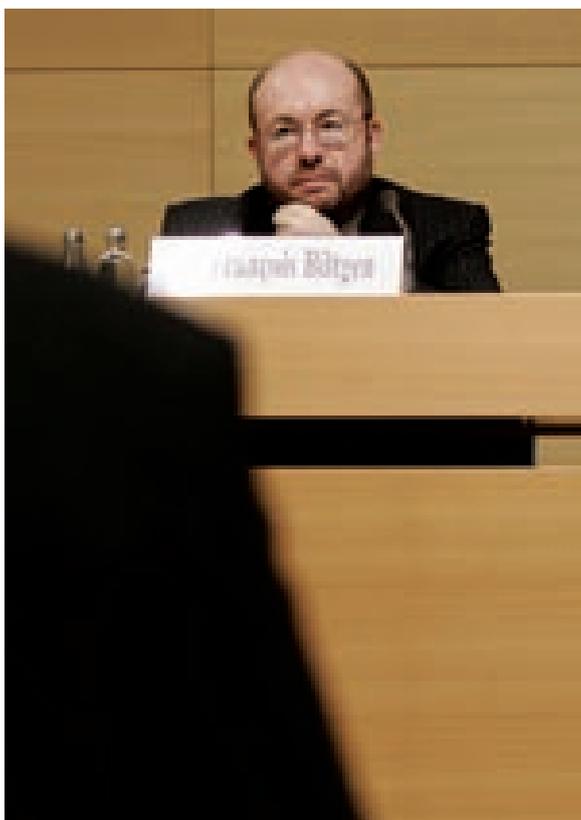
MARS 2005



■ Mission économique en Inde

La Chambre de Commerce organise du 28 mars au 1^{er} avril 2005, en collaboration avec le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, une semaine de promotion économique en Inde. La délégation luxembourgeoise, conduite par le Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Jeannot Krecké, comprend une vingtaine d'entreprises et se rend à New Delhi, Mumbai et Pune. S'exprimant devant une audience hautement intéressée lors du premier séminaire économique à New Delhi, le Directeur de la Chambre de Commerce, Pierre Gramegna présente l'écono-

mie luxembourgeoise tandis que le Ministre Krecké insiste sur le potentiel économique que la plus grande démocratie du monde constitue pour le Luxembourg et ses entreprises avec sa population de 1,1 milliard d'habitants dont 33 % sont âgés de moins de 15 ans. A Mumbai, capitale financière de l'Inde, l'association des professionnels du secteur financier, PROFIL, l'association des banques et banquiers, ABBL, ainsi que l'association des fonds d'investissement, ALFI, organisent, en collaboration avec la Chambre de Commerce, un séminaire remarqué sur le centre financier du Luxembourg. ■



■ Comment rendre les entreprises plus responsables socialement?

Voilà la question qui anime le débat lors du symposium «Corporate Social Responsibility», qui se déroule le mardi 1^{er} mars au Centre de Conférences de la Chambre de Commerce dans le cadre de la campagne européenne de sensibilisation à la responsabilité sociale des entreprises mise en place au Luxembourg par la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers et leurs Euro Infos Centres respectifs, en collaboration avec l'Union des Entreprises Luxembourgeoises et la Caritas. Etant donné la progression de la mondialisation, la prise de conscience de plus en plus aiguë des enjeux environnementaux et sociaux et le fait que la communication soit plus efficace, la notion d'une responsabilité des entreprises dépassant les aspects purement

juridiques ou liés au profit connaît un regain d'intérêt. En encourageant la responsabilité sociale des entreprises (RSE), la Commission européenne espère favoriser la compétitivité des entreprises européennes tout en contribuant à préserver et à améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des citoyens européens. La manifestation animée par Pierre Gramegna, Directeur de la Chambre de Commerce, voit l'intervention de Michel Wurth, Président de l'Union des Entreprises Luxembourgeoises et Président de la Chambre de Commerce, de François Biltgen, Ministre du Travail et de l'Emploi, de Jean-Louis Schiltz, Ministre de la Coopération et de l'Action Humanitaire, ainsi que de nombreux spécialistes en la matière. ■

■ Le Marketing Club de Trèves à la Chambre de Commerce

Jean-Claude Bintz, directeur et fondateur de l'opérateur de téléphonie mobile Voxmobile, passionne l'auditoire avec son intervention sur le thème «Marketing: faits et émotions» lors d'une conférence organisée le 8 mars 2005 par le Marketing Klub Trier à la Chambre de Commerce. Depuis mai 2004, Jean-Claude Bintz commercialise un nouveau service de téléphonie mobile sous le nom de VOXmobile. Une campagne menée avec succès, selon laquelle les 20.000 premiers clients pouvaient bénéfici-

er d'un abonnement gratuit à vie, a permis à VOXmobile de s'attribuer en l'espace de sept mois 20% des parts du marché que se partageait jusqu'à présent la poste luxembourgeoise (LUXGSM) et Tango. Bintz explique pourquoi les émotions représentent pour lui l'ingrédient principal d'un marketing efficace. Le Marketing Club de Trèves est une association professionnelle réunissant quelque 150 membres à Trèves et au Luxembourg, dont une quinzaine est établie au Grand-Duché. ■



Si le Conseil européen parvient dans sa réunion du 22 mars à un accord politique concernant **la réforme du pacte de stabilité et de croissance**, le mérite en revient largement au talent de négociation du Premier ministre luxembourgeois Jean-Claude Juncker, qui deux jours plus tôt avait – après 12 heures d'après négociations – su mettre d'accord les 12 Ministres de finances de l'Eurogroupe sur les propositions de compromis de la Présidence luxembourgeoise. L'adaptation du Pacte de stabilité fut une revendication des trois «grands» pays membres de l'UE, la France, l'Allemagne et l'Italie, qui éprouvaient de plus en plus de difficultés à respecter les critères inflexibles du Pacte de stabilité et de croissance dont l'objet est d'assurer la stabilité de la monnaie européenne, en n'autorisant notamment ni de déficit public dépassant plus de 3 % du PIB, ni de dette publique dépassant plus de 60 % du PIB. Le texte de compromis ne remet pas en cause ces deux critères, mais prévoit un système permettant la prise en compte «d'autres facteurs per-

tinents» dans l'appréciation d'un dépassement temporaire des valeurs de référence. ■



La Sacred Heart University et l'IFCC organisent le 10 mars une conférence où plusieurs spécialistes s'expriment sur **la plus grande réforme comptable depuis les années 30**: la nouvelle loi comptable «Sarbanes-Oxley». Après une série de scandales financiers (Enron et Worldcom) aux Etats-Unis, cette loi, du nom de ses instigateurs principaux, le sénateur Paul Sarbanes et le député Michael Oxley, a le clair objectif de décourager et punir les fraudes financières et comptables, d'assurer la jus-

tice pour des délinquants, et de protéger les intérêts des ouvriers et des actionnaires. De g. à dr.: Dr. Eunsup (Daniel) Shim, Olivier Lemaire, Michel Massart et Paul Emering. ■



Du 13 au 15 mars 2005, la Chambre de Commerce organise une visite accompagnée à la plus grande foire informatique d'Europe, **la CEBIT à Hanovre**. Quelque 50 entrepreneurs luxembourgeois participent à la visite de cette foire qui réunit chaque année sur plus de 300.000 m² d'exposition près de 7.000 exposants. ■

AVRIL 2005



■ Grande première pour le réseau des Euro Info Centres à la Hannover Messe

La «Hannover Messe» qui se tient chaque année en avril a beau être le carrefour mondial par excellence de l'industrie, il n'en reste pas moins que de nombreuses PME et PMI ne savent pas comment aborder cette foire qui réunit à chaque édition plus de 6.000 exposants sur plus de 205.100 m². C'est la raison pour laquelle, le réseau des Euro Info Centres a l'idée de mettre en place, en étroite collaboration avec la Deutsche Messe AG, la bourse de coopération «b2fair – European Business Cooperation»

qui a proposé aux entreprises (exposants ou visiteurs) un planning de rendez-vous avec d'autres entreprises répondant précisément à leurs attentes et besoins et respectant certains critères prédéfinis. Ce service de «matchmaking» remporte un succès énorme auprès des quelque 800 participants et le Ministre de l'Economie et du commerce extérieur, Jeannot Krecké, tient à féliciter personnellement l'EIC de la Chambre de Commerce pour le travail réalisé lors de la Journée luxembourgeoise du 13 avril 2005. ■



■ Première mission économique luxembourgeoise en Afrique du Sud

Du 25 au 29 avril 2005, la Chambre de Commerce organise pour la première fois une mission de promotion économique en Afrique du Sud. Les destinations de la mission sont Johannesburg et le Cap qui sont les capitales respectivement du Gauteng et du Cap-Occidental, deux régions représentant ensemble plus de 50 % du PIB de l'Afrique du Sud. La délégation de représentants de huit entreprises luxembourgeoises et de quatre sociétés belges cherche des opportunités d'affaires dans un pays avec

lequel les relations commerciales luxembourgeoises sont encore peu développées. Jacques Elvinger (photo), membre du conseil d'administration de l'Association Luxembourgeoise des Fonds d'Investissements (ALFI), présente l'industrie luxembourgeoise des fonds d'investissement aux hommes d'affaires africains, qui s'intéressent tout particulièrement aux récentes législations et réglementations luxembourgeoises sur les «hedge funds» et les sociétés d'investissements en capital à risque (SICAR). ■

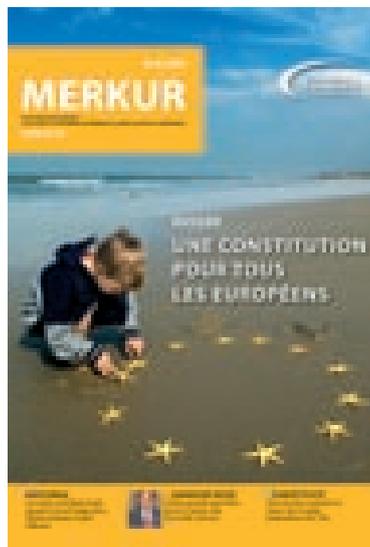


Suite à la visite du roi du Swaziland en 1999, puis celle du Premier Ministre en 2002 et enfin, celle du Vice Premier Ministre en 2005, la Chambre de Commerce entreprend du 2 au 3 mai 2005 sur invitation du gouvernement du **Swaziland** une mission exploratoire sur les possibilités de coopération avec le Luxembourg. Le Swaziland est l'un des plus petits pays de l'Afrique du Sud et souhaite adopter un modèle similaire au «modèle luxembourgeois», c'est-à-dire développer une activité

industrielle performante tout en ne perdant pas de vue la diversification de son économie. La mission se clôture par une visite auprès de S.E. Monsieur A.T. Dlamini, Premier Ministre du Royaume du Swaziland, qui remercie la Chambre de Commerce de sa visite. ■



La Chambre de Commerce a fait ses adieux à **Camille Koedinger**, parti à la retraite, après 28 ans de bons et loyaux services à la Chambre de Commerce en tant qu'Attaché ingénieur, puis Chef du Service Formation. Camille est parti s'installer près de Perpignan (Pyrénées Orientales) pour un repos amplement mérité. ■



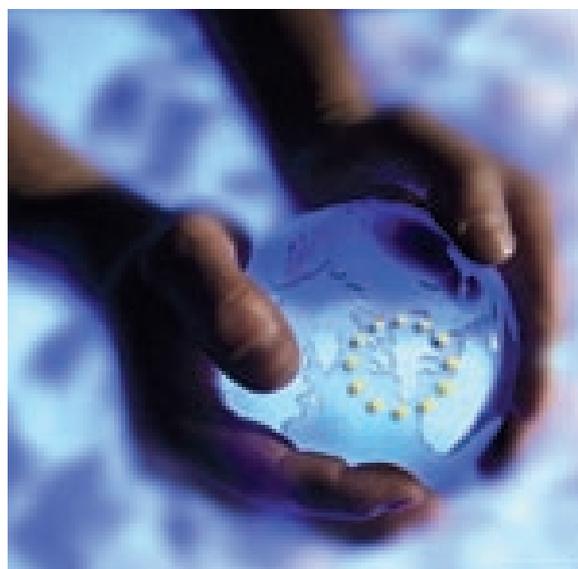
A partir de l'édition 3/2005, le Merkur se présente avec une **nouvelle couverture**. Une disposition plus aérée des informations, une place accrue pour l'illustration centrale et des couleurs changeant avec chaque numéro rendent la présentation générale du magazine plus agréable. ■

MAI 2005

■ Le traité constitutionnel: garant d'une Europe plus démocratique et plus efficace

Dans le cadre d'un avis commun portant sur le projet de loi relatif à la ratification du traité établissant une Constitution pour l'Europe, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers prennent clairement position en faveur de l'entrée en vigueur du traité constitutionnel. La mise en place d'un cadre institutionnel plus clair et offrant davantage de transparence devra permettre d'organiser une Europe élargie à 25 pays sans affaiblir le souffle de l'intégration européenne. Le traité constitutionnel répond, malgré certains

compromis inévitables, au double défi de l'élargissement et de l'approfondissement. Or, quelques jours plus tard, lors du référendum sur le traité constitutionnel européen du 30 mai en France le «non» l'emporte avec 54,68 % des suffrages et une participation de 69,34 %. Au niveau communautaire, le «non» français remet en question l'avenir du projet de Constitution européenne, déjà ratifié par 9 autres pays membres. Malgré ce revers, le Luxembourg continue à préparer le référendum national du 10 juillet 2005. ■





■ 2. Wirtschaftstag Luxemburg-Region Trier: Gelebtes Europa

Pierre Gramegna (Handelskammer Luxemburg), Wolfgang Natus (IHK Trier), Michel Wurth (Handelskammer Luxemburg) und Arne Rössel (IHK Trier) wollen der Großregion wirtschaftliche Impulse geben. Am 30. Mai 2005 treffen sich die Handelskammer Luxemburg und die Industrie- und Handelskammer Trier auf Kirchberg zum 2. Wirtschaftstag Luxemburg-

Region Trier zusammen. Gegenstand der gemeinsamen Vollversammlung, an der neben zahlreichen Vollmitgliedern der beiden Kammern auch Luxemburgs Wirtschafts- und Außenhandelsminister Jeannot Krecké teilnimmt, ist eine Vertiefung der Partnerschaft und eine verstärkte Zusammenarbeit auf allen wichtigen regionalen und internationalen Dossiers. ■



Lors de son passage au Luxembourg, **Dr Luis Ernesto Derbez Bautista, Ministre des Affaires Etrangères du Mexique**, est accueilli à la Chambre de Commerce par le Consul honoraire du Mexique au Luxembourg, Lucien Emringer, et par le Directeur de la Chambre de Commerce, Pierre Gramegna, pour un séminaire sur les opportunités d'investissement au Mexique. A côté du Ministre des Affaires Etrangères, l'Ambassadeur du Mexique pour le Luxembourg et la Belgique, S.E. Maria de Lourdes Dieck Assad, explique les particularités de l'économie mexicaine aux hommes d'affaires luxembourgeois. ■



Dans un souci de mieux orienter les demandeurs d'emploi inscrits à l'Adem et afin de les guider

lors de la création de leur propre entreprise, la Chambre de Commerce reçoit un groupe de consultants et de placeurs du service «placement» de l'Adem. Gérard Eischen, le Responsable de l'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce, présente les différents services qu'offre la Chambre et donne de plus amples détails en matière de création d'entreprise. Vu le vif intérêt manifesté par les participants, cette action sera reconduite pour d'autres services de l'Adem. ■



Depuis le 1^{er} mai 2004, l'Union européenne compte 10 nouveaux Etats Membres. Tandis que les grands pays comme la Pologne, la République tchèque et la Hongrie font les gros titres dans la presse, on aurait tendance à oublier un peu les pays de plus petite taille mais tout aussi dynamiques tels que **l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie**. La Chambre de Commerce à l'initiative de l'Agence Wallonne à l'Ex-

portation (AWEX) décide d'aller vérifier sur place le dynamisme de ces trois pays baltes et organise du 8 au 13 mai 2005 une mission économique à laquelle participent sept entreprises luxembourgeoises représentant de secteurs d'activité très divers. ■



Après huit années de bons et loyaux services, les Trophées F/P/C/ ont cédé la place aux **Communication & Design Awards Luxembourg** qui sont décernés le 27 mai 2005 lors d'une séance académique à la Chambre de Commerce. Après la projection des projets des différentes catégories, la remise des awards, animée par Luc Melsen, a récompensé les 19 meilleures créations. Dans la catégorie «Autopromotion», Raoul Thill de l'Atelier graphique Bizart (photo), reçoit le prix «Silver» des mains de Paul Emering, Secrétaire Général de la Chambre de Commerce, sponsor de l'événement. ■

■ **Présidence luxembourgeoise: l'heure du bilan**

La Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union européenne s'achève le 30 juin 2005. L'heure du bilan a sonné. La Présidence luxembourgeoise fut marquée par plusieurs dossiers de taille et même si aucun accord n'a finalement pu être trouvé sur le cadre financier de l'Union européenne pour la période 2007 à 2013, les observateurs nationaux et internationaux saluent unanimement le travail réalisé par la Présidence Luxembourgeoise en général, et par le Premier ministre luxembourgeois en particulier. Jean-Claude Juncker se sera battu jusqu'à la dernière minute pour arracher un compromis aux Anglais dans la question des perspectives financières. Si la solution proposée par Juncker ne passera finalement pas, ce n'est que partie remise, puisque à peine 6 mois plus

tard les Etats membres se mettront d'accord sur un texte de compromis qui reprend en très grande partie la proposition initiale de Juncker. La Présidence luxembourgeoise restera dans les mémoires pour avoir réussi à amener le Conseil européen et le Conseil des ministres à prendre quelques décisions dans des secteurs où les controverses étaient particulièrement vives en début d'année, tels que la réforme du pacte de stabilité, la relance de la stratégie de Lisbonne, la fixation de nouveaux objectifs en matière d'aide publique au développement, l'amélioration des relations de l'Union européenne avec son partenaire américain, la signature du traité d'adhésion de la Bulgarie et de la Roumanie et l'ouverture des négociations avec la Croatie et la Turquie. ■



■ **J-10: un plaidoyer passionné de deux grands européens pour le «Oui»**

Sur invitation de la Chambre de Commerce, Michel Rocard, membre du Parlement Européen, vient le 27 juin 2005 – 10 jours avant le référendum luxembourgeois – défendre brillamment la cause du «oui» aux côtés de Jean-Claude Juncker. La grande salle du Centre de Conférences s'avère presque trop petite pour accueillir tous les auditeurs venus suivre les plaidoyers passionnés des deux grands européens Juncker et Rocard pour le «Oui» au traité constitutionnel. ■





■ Référendum sur le traité constitutionnel: La société civile lance un appel au «OUI»

Le 9 juin 2005, un mois avant la tenue du référendum luxembourgeois sur le traité établissant une constitution pour l'Europe, 66 représentants de la société civile lancent un appel en faveur du «OUI» à la constitution européenne. Sans ignorer les faibles-

ses du traité constitutionnel, fruit d'un compromis à vingt-cinq, les 66 personnalités de la société civile avancent 12 raisons plaidant en faveur d'un «OUI». De g. à dr.: Pierre Gramegna, Marc Theissen, Gilbert Trausch, Marie-Paule Prost-Heinisch et Erny Gillen. ■



Le 29 juin 2005 les journalistes se déplacent en grand nombre pour découvrir l'**axe ferroviaire de marchandises Nord-Sud FERRMED**. Créée en août 2004 à Bruxelles sur une initiative de la société civile, et particulièrement du monde de l'entreprise, l'association sans but lucratif FERRMED a pour objectif de promouvoir l'axe ferroviaire de marchandises le long d'un corridor qui partirait de Duisburg (Allemagne) à Algeciras (Espagne), en reliant les ports maritimes de la mer du Nord et de la côte méditerranéenne et les ports fluviaux du Rhin et du Rhône. FERRMED souhaite obtenir un aménagement progressif du corridor existant afin de le rendre totalement performant à l'horizon 2025. Le Luxembourg étant situé sur le tracé de cet itinéraire, la Chambre de Commerce est membre de l'association. ■



Lors d'une cérémonie qui a lieu le 17 juin à la Chambre de Commerce, M. Jeannot Krecké, Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur, et M. Fernand Boden, Ministre des Classes Moyennes et du Tourisme, remettent des distinctions honorifiques à 15 ressortissants de la Chambre de Commerce. Parmi les personnes honorées, on retrouve également le Vice-Président de la Chambre de Commerce, M. Jean J. Schintgen ainsi que Mme Claudine Vollmar, M. Camille Koedinger et M.

Jean Kandel du Département Formation de la Chambre de Commerce. ■



Dans un avis commun, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers critiquent le **projet de loi visant à réformer l'Inspection du Travail et des Mines (ITM)**, jugeant que l'occasion n'a pas été saisie pour remplacer le système répressif par un système proactif, dans lequel le conseil et l'assistance de l'ITM joueraient un rôle plus prononcé. Pour les deux chambres professionnelles le projet de loi manque ainsi l'un des objectifs essentiels de la réforme. ■

■ Satisfaction et nouvel espoir après le «Oui» du Luxembourg

Lors de son déplacement aux urnes au matin du 10 juillet, le Premier ministre, Jean-Claude Juncker, ne sait pas encore s'il aura le soutien des Luxembourgeois pour sa politique européenne. Pour quelques heures le pays retient son souffle. Puis le soulagement: sur les 223.000 électeurs luxembourgeois qui ont été appelés à se prononcer par référendum sur le traité établissant une Constitution pour

l'Europe, le «oui» l'emporte avec 56,52 % des voix. Le Luxembourg, l'un des pays fondateurs de l'UE, devient le 13^e pays à approuver la Constitution européenne. Le scrutin luxembourgeois redonnera une bouffée d'oxygène bien nécessaire à une Europe qui était sur le point de suffoquer. La Chambre de Commerce, fervent partisan du «Oui», salue le vote courageux des Luxembourgeois. ■



■ Proposition de loi portant plafonnement du taux des cotisations patronales à l'assurance maladie

La Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers soumettent au Gouvernement une proposition de loi commune ayant pour objet le plafonnement du taux des cotisations patronales à l'assurance maladie pour la période 2005 à 2009. Les deux chambres professionnelles se sont résolues à faire cette proposition de loi pour deux raisons. Tout d'abord, le souci de préserver la compétitivité de l'économie luxembourgeoise et la

pérennité du système de protection sociale et partant la cohésion sociale. Deuxièmement, pour remédier au fait que les assurances qui avaient été données au sein du Comité de Coordination Tripartite de ne pas relever les cotisations se sont révélées vaines, comme l'a montré en novembre 2004 la décision de procéder – contre les vœux des employeurs – à une hausse des cotisations à l'assurance maladie. ■



■ Mission économique en Taiwan

Du 11 au 15 juillet 2005 la Chambre de Commerce part avec une délégation commerciale en Taiwan. La délégation est composée de membres du «Board of Economic Development» (B.E.D.) et de représentants de plusieurs entreprises luxembourgeoises. Le Luxembourg, idéalement situé au cœur de l'Europe, est présenté comme

un important portail sur les marchés européens. En 2004 Taiwan a produit 80 % de tous les portables PC vendus sur le marché mondial. 50 % des toutes les exportations taiwanaises réalisées via fret aérien transitent par l'aéroport du Luxembourg. Les villes de Luxembourg et de Taipei sont reliées par 17 vols hebdomadaires. ■





La Chambre de Commerce publie la 20^e édition du «**Guide du Marché**». Envoyé à des ambassades et à des organisations officielles de promotion dans plus de 150 pays, ce guide est l'instrument phare de sensibilisation et de pro-

motion du commerce extérieur luxembourgeois. Le guide existe en version imprimée et en version CD-Rom. En juillet 2005 une version Internet du guide vient compléter l'offre (<http://guidedumarche.cc.lu>). ■

SEPTEMBRE 2005



■ 26 entreprises luxembourgeoises à la conquête de la Slovaquie

Du 7 au 9 septembre 2005, S.A.R. le Grand-Duc, S.A.R. la Grande-Duchesse et S.A.R. le Prince héritier effectuent une Visite d'Etat en Slovaquie. Une mission économique organisée à cette occasion par la Chambre de Commerce et le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur offre à 26 entreprises luxembourgeoises

représentant une grande diversité de secteurs d'activité la possibilité de nouer de nouveaux contacts et d'intensifier les liens existants dans ce nouvel Etat Membre de l'Union européenne. Plus de 160 contacts sont établis en deux jours entre les membres de la délégation commerciale luxembourgeoise et les entreprises slovaques. ■



■ La Grande Région se présente à Plovdiv

Du 26 septembre au 1^{er} octobre 2005, quatre des cinq régions composant la «Grande Région», à savoir le Grand-Duché de Luxembourg, la Wallonie, la Rhénanie-Palatinat et la Sarre, participent pour la première fois avec un stand collectif à la Foire Technique Internationale de Plovdiv, en Bulgarie. Cette exposition d'envergure internationale se compose de neuf

salons différents portant sur les secteurs aussi variés que les technologies de l'information, l'énergie, l'écologie, la construction, le transport ou encore les équipements automobile ou l'ingénierie électrique. Ce salon offre aux entreprises participantes la possibilité de se renseigner sur les opportunités du marché bulgare qui se trouve en pleine expansion. ■



Du 8 au 11 septembre la Chambre de Commerce participe à l'exposition ASEM qui se déroule dans le cadre de la «**China International Fair for Investment and Trade (CIFIT)**» à Xiamen (Chine). Cette très importante foire accueille plus de 8.500 délégations étrangères de 102 pays différents. En seulement 4

jours 16.223 projets seront présentés aux investisseurs potentiels. Parmi les entreprises luxembourgeoises participant à la foire on retrouve Paul Würth, Cargolux, Arcelor ou encore Ceratizit qui disposent tous de bureaux en Chine. ■



Selon le rapport annuel établi pour l'année 2005-2006 par le World Economic Forum, le Luxembourg se classe au **25^e rang**

mondial des économies les plus compétitives. La comparaison des résultats 2005-2006 (25^e place) avec ceux obtenus lors du rapport 2004-2005 (26^e place) indiquent une quasi-stagnation de la situation compétitive luxembourgeoise. Le Luxembourg se situe ainsi à un niveau comparable à celui de l'Irlande (26^e rang), mais devance plusieurs de ses plus proches voisins européens, comme la France ou la Belgique à la 31^e place. A contrario, la compétitivité luxembourgeoise est loin d'atteindre celle des pays scandinaves: Finlande, Suède, Danemark figurent parmi le groupe de tête des cinq économies les plus compétitives au monde. ■

OCTOBRE 2005

■ Rentrée universitaire 2005:

L'entreprise, carrefour de l'économie, de l'éducation et de la recherche

A l'occasion de la rentrée académique de l'Université du Luxembourg, Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce, prononce le 12 octobre 2005 un discours sur le thème «L'entreprise: carrefour de l'économie, de l'éducation et de la recherche» en présence du Ministre de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, François Biltgen et de nombreux invités du monde poli-

tique, économique et universitaire, du rectorat de l'Université, des doyens, du président du Conseil de Gouvernance, Raymond Kirsch, et des membres du corps académique, de recherche et de l'administration de l'Université. Pierre Gramegna souligne que la Chambre de Commerce accorde une importance capitale à la création de l'Université et qu'elle entend s'impliquer pleinement dans la concrétisation de ce

projet vital pour la compétitivité de l'économie luxembourgeoise. Afin d'établir un fort partenariat public/privé permettant de développer à la fois un Master et une activité de recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat, Pierre Gramegna propose la création d'une chaire de l'entrepreneuriat dont l'objectif principal sera de valoriser les interactions avec les milieux économiques. ■



Photo: Michel Brumat



■ Semaine de promotion économique aux Etats-Unis et au Canada

Du 17 au 21 octobre 2005, la Chambre de Commerce organise en collaboration avec le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, accompagné par S.A.R. le Grand-Duc héritier, une semaine de promotion économique aux Etats-Unis et au Canada. Cette mission de promotion économique a permis aux entreprises luxembourgeoises d'entrer en contact avec des sociétés locales et d'approfondir leurs relations existantes. Les entreprises luxembourgeoises du secteur de l'automobile ont rencontré à Detroit les

poids lourds de l'industrie automobile américaine. La mission mènera les entreprises de Detroit à Chicago avant de se terminer au centre financier international de Toronto, où l'Association Luxembourgeoise des Fonds d'Investissement (ALFI) et Dexia Fund Services font la promotion de l'industrie des fonds d'investissement luxembourgeois. De g. à dr.: Edith Stein (Chambre de Commerce), le Ministre Krecké, Brigitte Goergen (Office National du Tourisme, Bureau de New York) et le Prince Héritier Guillaume. ■



■ Comment rendre vos collaborateurs dépendants et inefficaces?

Voilà la question provocante que pose avec beaucoup d'humour le physicien, philosophe et pédagogue Jean-Jacques Crèvecoeur le 19 octobre 2005 lors d'une conférence sur les techniques relationnelles dans les entreprises. La conférence organisée en collaboration avec l'IFCC et l'Association Progrès du Management (APM), remporte un immense succès, avec plus de

deux cents participants. Jean-Jacques Crèvecoeur, considéré comme un des meilleurs spécialistes des phénomènes de pouvoir interpersonnels et des processus de changement, analyse devant l'audience envoûtée dix facteurs pouvant être à l'origine de dysfonctionnements relationnels et institutionnels, de pertes de temps et d'énergie, de tensions et de malentendus. ■



■ Les défis de la délocalisation selon le professeur Fontagné

Serge Allegrezza, Directeur du Statec et Pierre Gramegna, Directeur de la Chambre de Commerce, n'ont pas à présenter l'économiste Lionel Fontagné. Depuis la rédaction de son rapport sur la compétitivité de l'économie luxembourgeoise, «Une paille dans l'acier», le Directeur du CEPPII (Centre français d'études prospectives et d'informations internationales) et Professeur à la Sorbonne a été cité

dans tous les débats sur la compétitivité du Luxembourg. Le 5 octobre 2005, devant une salle comble et en présence de nombreuses personnalités du monde politique et économique, Lionel Fontagné développe ses idées sur les défis posés à l'Europe, aux Etats-Unis et au Japon par la délocalisation des marchés et la concurrence internationale des pays émergents. ■

■ Visite du Prince Guillaume et d'une délégation lorraine

Dans le cadre d'une visite informelle des bâtiments de la Chambre de Commerce, Paul Emering, Secrétaire Général de la Chambre de Commerce, accueille le 17 octobre 2005 le Prince Guillaume qui reçoit une délégation lorraine conduite par Roger Cayzelle, président du Conseil économique et social de Lorraine. En complément de la visite des bâtiments de

la Chambre de Commerce, figurent également au programme les visites de plusieurs sites au Kirchberg, avec notamment le Centre de Recherche Tudor, le parc central et les sculptures de Marta Pan, les nouveaux logements du plateau du Kirchberg, le parc Reimerwée et les sculptures de Ulrich Ruckriem, le Mudam, la Philharmonie de Luxembourg et la Deutsche Bank. ■



■ Visite du Premier Ministre de la Slovénie à la Chambre de Commerce

La Chambre de Commerce a l'honneur d'accueillir le 19 octobre 2005 le Premier Ministre de la Slovénie, S.E. Janez Jansa, qui est accompagné d'une délégation d'hommes d'affaires slovènes, venant pour la plupart des secteurs de la finance, de l'assurance et de l'industrie. A l'occasion de cette visite, un forum d'affaires avec une conférence éco-

nomique sur les opportunités d'investissement en Slovénie ainsi qu'une bourse de contacts favorisant les rencontres entre entreprises slovènes et luxembourgeoises sont organisées. 27 participants issus de 23 entreprises slovènes rencontrent 37 hommes d'affaires luxembourgeois représentant 28 entreprises luxembourgeoises. ■



Le 13 octobre 2005 Pierre Gramagna, Directeur de la Chambre de Commerce, et Seiji Kawagoshi, Directeur de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Komatsu et Chef du Comité pour l'internationalisation de l'aéroport de Komatsu,

dévoilent la plaque commémorant **l'entente culturelle et économique entre le Luxembourg et Ishikawa** en présence de Lucien Schummer, président de la Luxembourg-Ishikawa Association et Vice-Président de Cargolux Airlines International. Un cerisier japonais a été planté spécialement pour l'occasion ■



2005 ayant été déclarée «Année Internationale du Microcrédit», c'est dans une optique de sensibilisation du grand public que les membres de la JCEL (jeune Chambre Economique du Luxembourg) organisent le 5 octobre à la Chambre de Commerce la conférence «**Le Microcrédit et Vous...**» et se joindre ainsi à l'effort mondial sans précédent des Nations Unies, partenaire de la Jeune Chambre Internationale (www.jci.cc). Par le biais du microcrédit l'ONU entend contribuer au développement des services financiers et bancaires pour des millions de gens exclus. ■



Les niveaux records du prix du pétrole déclenchent au mois d'octobre une hausse généralisée des salaires de l'ordre de 2,5 % par le biais de l'indexation automatique des salaires. **Le niveau élevé de l'inflation**, bien que largement imputable à la flambée du prix du pétrole, continue à peser lourdement sur la compé-

titivité des entreprises. La Chambre de Commerce s'inquiète que la charge financière de la flambée des prix du pétrole pour les entreprises est donc double: non seulement elle se répercute négativement sur leur facture énergétique, mais elle affecte également, par le biais de l'indexation automatique des salaires, le coût salarial. ■

NOVEMBRE 2005



■ 4^e Forum Création d'Entreprises sur le thème «Oser Entreprendre»

Le 14 novembre 2005 Marie-France Boutet, Francis Da Silva, Richard Marcket et Eduardo Gramuglia, quatre diplômés de la formation IFCC du futur commerçant, se voient chacun remettre un prix d'encouragement d'un montant de 500 euros, offert par l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce dans le cadre du 4^e Forum Création d'Entreprises sur le thème «Oser Entreprendre». Le Forum, qui a pour

objectif de promouvoir l'esprit d'entreprise au Luxembourg et en Grande Région, est rehaussé par la présence du Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Jeannot Krecké, et du Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et Logement, Fernand Boden, qui témoignent de l'importance que le gouvernement accorde à la promotion de l'esprit d'entreprise. Le Forum rassemble près de 200 personnes. ■



■ 658 lauréats reçoivent leur CATP et CITP

Le dimanche 13 novembre 658 lauréats reçoivent dans la bonne humeur au Grand Théâtre de la Ville de Luxembourg leurs CATP (certificat d'aptitude technique et professionnelle) et CITP (certificat d'initiation technique et professionnelle). Pierre Gramegna, Directeur de la Chambre de Commerce, prononce l'allocation de bienvenue devant une assemblée de plus de

800 personnes. Monsieur Marcel Detaille, Directeur de la Chambre de travail et Madame Anne Bras-seur, Ministre de l'Education nationale, de la Formation professionnelle et des Sports, prononcent également un discours pour féliciter les lauréats et les encourager à parfaire leur connaissances en s'engageant sur la voie de la formation professionnelle continue. ■

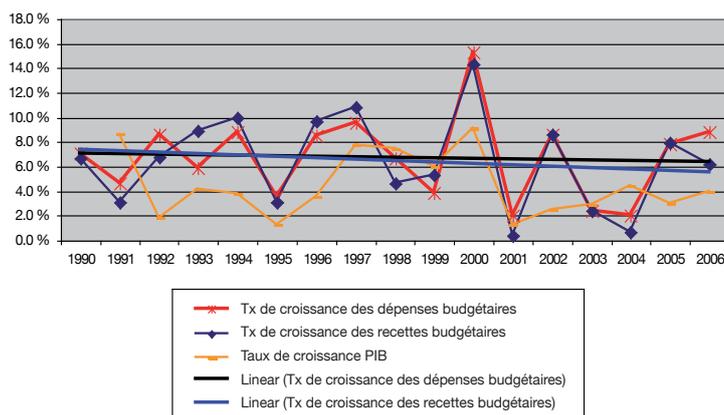
■ Les déficits budgétaires exigent des réformes structurelles urgentes

Le 21 novembre 2005, M. Carlo Thelen, Chef du Département économique; M. Michel Wurth, Président de la Chambre de Commerce; M. Paul Emering, Secrétaire général et M. Pit Hentgen, Membre élu de la Chambre de Commerce et Président de la Commission économique, présentent à la presse l'avis de la Chambre de Commerce sur le projet de budget 2006, dans lequel il mettent au pilori la dégradation soutenue des finances publiques à moyen terme. Bien que la Chambre

de Commerce se félicite de la prise de conscience générale, tant des autorités politiques que du grand public, de la perte de compétitivité subie par l'économie luxembourgeoise, elle ne se contente pas de critiquer la politique budgétaire du gouvernement mais fait dans son avis des propositions et recommandations concrètes susceptibles de redresser la situation actuelle et exige notamment une désindexation résolue des dépenses publiques dès 2006. ■



Graphique 8: Evolution du PIB, des recettes et des dépenses budgétaires (en %)



■ Conférence sur la place financière luxembourgeoise à Paris

Le 9 novembre 2005, une journée d'information sur la place financière luxembourgeoise est organisée à Paris avec la participation du ministre du Trésor et du Budget, Luc Frieden, et de plusieurs représentants du secteur financier luxembourgeois. La journée s'inscrit dans le cadre des efforts menés par le gouvernement luxembourgeois pour soutenir le développement de la place financière. L'initiative d'organiser cette rencontre a été prise par Son Altesse Royale le Prince Jean de Luxembourg en sa qualité de

président de la Chambre de Commerce Belgo-Luxembourgeoise en France. Lors de la conférence, Pierre Gramagna, Directeur de la Chambre de Commerce, fait une intervention sur le thème «Le défi de la compétitivité pour l'économie luxembourgeoise». De g. à dr.: Michel Maquil, président de PROFIL; Hubert Würth, ambassadeur du Luxembourg en France; S.A.R. le Prince Jean de Luxembourg; Luc Frieden, ministre du Trésor et du Budget; Pierre Gramagna, directeur de la Chambre de Commerce. ■



■ Mission économique au Moyen-Orient

Du 19 au 23 novembre 2005, la Chambre de Commerce organise, en collaboration avec le Ministère du Trésor et du Budget et le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, une semaine de promotion économique au Moyen-Orient. La délégation luxembourgeoise, présidée par S.A.R. le Grand-Duc, est composée d'une cinquantaine d'entreprises. Les destinations sont les Emirats Unis: Abou Dhabi (du 19 au 20 novembre) et Dubaï (du 20 au 21 novembre) ainsi que la Jordanie: Amman (du 22 au 23 novembre). A Abou Dhabi, la capitale et le centre pétrolier, gazier et pétro-

chimique des Emirats Arabes Unis (EAU), un accord de coopération est signé entre la Chambre de Commerce du Luxembourg et la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Abou Dhabi. Cet accord permet de renforcer les échanges économiques, ainsi que les relations commerciales entre les deux pays. Une deuxième étape importante de la mission sera le salon «Big 5» à Dubaï, où la Chambre de Commerce et le Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur organisent pour la deuxième fois un pavillon luxembourgeois. Suite à la grande satisfaction exprimée par les entreprises participant-

tes, une nouvelle participation sera organisée pour l'édition 2006 du «Big 5». D'autres étapes importantes seront la signature d'un accord de non double imposition et l'inauguration officielle par S.A.R. le Grand-Duc d'un bureau permanent du Luxembourg Board of Economic Development – Trade and Investment Office à Dubaï. En Jordanie, dernière étape du voyage, la Chambre de Commerce de la Jordanie, la Chambre d'Industrie de la Jordanie et la Chambre de Commerce de Luxembourg signent un Memorandum of Understanding (MOU). ■



Le 18 novembre 2005, l'**acte de constitution de la société anonyme LuxTrust** est signé par le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Jeannot Krecké, le ministre de la Fonction publique et de la Réforme administrative, Claude Wiseler, ainsi que par les représen-

tants des entreprises et organismes partenaires. LuxTrust S.A. a pour objet de mettre en place une plateforme de certification électronique permettant d'assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité, notamment par la création d'une signature électronique. ■



Le leasing made by ING Lease:

efficace, rapide, fiable

ING 
LEASE

DECEMBRE 2005



■ Enquête Eurochambres 2006: Année 2005 mitigée, attentes réservées pour 2006

Le 5 décembre 2006, Pierre Gramagna présente en présence de Carlo Thelen, Chef du Département économique et Jean-Christophe Burkel, attaché économique, les résultats de la 13^e édition de l'enquête annuelle Eurochambres sur la conjoncture européenne. Selon les résultats, 2005 a été une année mitigée pour la majorité des entreprises luxem-

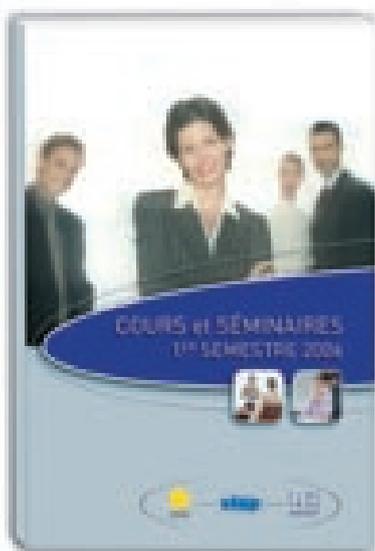
bourgeoises. Le contexte macroéconomique difficile incite les chefs d'entreprise à la prudence pour 2006. La Chambre de Commerce s'inquiète notamment de l'évolution des indicateurs relatifs à l'emploi au sein des entreprises. Ceux-ci connaissent une quasi stagnation entre l'enquête Eurochambres 2006 et l'édition 2005. ■



■ Vif succès de la mission économique en République tchèque

Du 27 novembre au 2 décembre, la Chambre de Commerce organise une mission économique multisectorielle en République tchèque, emmenant avec elle une délégation de 16 entreprises luxembourgeoises encadrées par Robert Dennewald, Vice-Président

de la Chambre de Commerce. La délégation se renseigne sur place des opportunités d'affaires offertes par la République tchèque et mène des entretiens bilatéraux avec des entreprises tchèques. La délégation se rend à Prague, Pardubice, Ostrava et Brno. ■



L'IFCC, la Chambre des Métiers et l'OLAP lancent leur 1^{er} catalogue de formations commun. L'année 2006 sera marquée par la poursuite et l'intensification du partenariat entre la Chambre des Métiers, l'Office luxembourgeois pour l'accroissement de la productivité (OLAP) et l'IFCC. Après une année d'expérience commune, les trois orga-

nismes de formation ont décidé de développer, programmer et réaliser pour 2006 une offre de formation commune et unique, regroupant pour le 1^{er} semestre 2006, 93 formations qui s'articulent autour de 12 domaines de formation et s'adressent aux employés et chefs d'entreprise. Un premier catalogue de formation commun est publié fin décembre 2005. ■

Chaque jour de travail a une fin.
Quel dommage.



Opel. Des idées fraîches
pour de meilleures voitures.

Parce qu'il est important de travailler dans les meilleures conditions, Opel vous propose trois utilitaires: Combo, Vivaro et Movano. Aussi spacieux et ergonomiques que confortables, les utilitaires Opel s'adaptent au mieux à vos exigences professionnelles. De plus, les variantes disponibles sur certains véhicules vous garantissent la meilleure adaptation à vos besoins spécifiques. Venez découvrir notre gamme d'utilitaires. **Les utilitaires Opel. Roulez comme vous travaillez.**



DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Consommation moyenne (L/100 km) / Emissions CO₂ (g/km): 5,1 - 10,3 / 138 - 272

www.opel.lu

Autopolis • Zone d'activités Bourmicht • 8070 Bertrange • T. 43 96 96-2100
Garage Werner Esch • 28, rue du Brill • 3898 Foetz • T. 55 20 30-1

7 décembre 2005

Constitution de la **Business Association** Luxembourg-Russie



Le 4 juillet 2005, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et Son Excellence Youri Kapralov, l'Ambassadeur de la Fédération de Russie au Luxembourg, avaient pris l'initiative d'organiser une réunion exploratoire concernant la création d'une association visant à promouvoir les relations socio-économiques et culturelles entre le Luxembourg et la Russie. Suite à l'intérêt manifesté par de nombreuses entreprises luxembourgeoises et personnes privées, la nouvelle «Business Association Luxembourg-Russie» a été créée. Cette association sans but lucratif a pour objet la promotion et le développement des relations économiques, commerciales, culturelles, scientifiques et financières entre la Fédération de Russie ainsi que les pays de la Communauté des Etats Indépendants et le Grand-Duché de Luxembourg. Le rôle de l'association est de fournir des informations sur les activités commerciales en Russie et

de servir de plateforme d'échanges et d'informations pour les hommes d'affaires désirant pénétrer le marché russe ou pour ceux qui y sont déjà présents. L'association pourra identifier les problèmes qui existent entre les sociétés luxembourgeoises et russes dans le but de proposer des solutions. La nouvelle association sera également en mesure de créer une coopération dynamique avec la Chambre de Commerce Belgo-Luxembourgeoise pour la Russie et la Biélorussie, le «Luxembourg Russian Business Forum» à Moscou et la Chambre de Commerce du Luxembourg. Après avoir souhaité la bienvenue aux invités, le Directeur de la Chambre de Commerce, Monsieur Pierre Gramigna, a passé la parole à l'Ambassadeur de la Fédération de Russie, Son Excellence Monsieur Edouard Malayan. Ce dernier a émis le voeu que la nouvelle association puisse activement aider les entreprises luxembourgeoises intéressées au marché russe. Par ailleurs,

il est d'avis que cette association sera bénéfique tant au Luxembourg qu'à la Russie. L'Assemblée Constituante, réunie sous la présidence de Monsieur Francis Hoogewerf, a approuvé les statuts de l'Association.

Le Comité de l'Association a été élu comme suit:

1. Président – Alain Davezac (Arcelor)
2. Administrateur Délégué – Steffen Köehler (Paul Wurth S.A.)
3. Trésorier – Fouad Rathle (IFBL)
4. Secrétaire – Francis Hoogewerf (Hoogewerf & Cie)
5. Membre – Carlo Thelen (Chambre de Commerce du Luxembourg)
6. Membre – Peter Von Habsburg
7. Membre - Paul Bleser (Juriste)
8. Membre – Anton Baturin (Ludovissy & Wilson)

Son Excellence, Monsieur Edouard Malayan, l'Ambassadeur de la Fédération de Russie, est le Président d'honneur de l'Association, alors que Monsieur Guy De Muysen (Abbaye de Neumünster) est membre d'honneur. 42 membres ont adhéré à l'Association le 7 décembre. A la fin de l'Assemblée, le nouveau Président a remercié tous les membres et a invité au verre de l'amitié offert par la Chambre de Commerce. Pour plus d'informations: ASBL Business Association Luxembourg-Russie, 19 rue Aldringen, B.P. 878, L-1118 Luxembourg, Tél.: +352 46 00 25, E-mail: hooge@pt.lu. ■

19 décembre 2005

Tarkett Luxembourg S.A.

souscrit pour le groupe Tarkett AG

une assurance-crédit auprès de

l'**Office du Ducroire** et Euler Hermes

Credit Insurance Belgium S.A.

Le 19 décembre dernier a été signé, dans les locaux de la Chambre de Commerce, l'accord de souscription des polices d'assurance-crédit du groupe Tarkett AG avec l'Office du Ducroire et Euler Hermes Credit Insurance Belgium S.A.

Jusqu'à lors, les compagnies du groupe Tarkett AG assuraient leurs créances auprès de divers assureurs-crédit. Dans un souci d'intégrer les systèmes financiers de l'ensemble du réseau de filiales dans un programme d'assurance-crédit unique, des négociations ont été menées depuis 2004.

C'est l'offre combinée Ducroire pour les pays non industrialisés, et Euler Hermes Credit Insurance Belgium S.A. pour les pays industrialisés, qui a été retenue. Depuis 1993, les deux assureurs-crédit sont partenaires sur le marché luxembourgeois. Euler Hermes, société du groupe Allianz, est le leader mondial pour la couverture des risques commerciaux des pays industrialisés, tandis que le Ducroire est spé-



cialisé dans la couverture des risques politiques et commerciaux dans les pays difficiles.

Le rapprochement des compétences de ces deux assureurs sur leurs marchés respectifs permet à Tarkett de bénéficier d'une capacité d'assurance très élevée, d'un réseau mondial d'informateurs, de la plus grande banque de données, d'une connaissance et analyse complètes des risques ainsi que d'une expérience des contentieux et une connaissance des législations locales.

Avec plus de 100 années d'expérience, Tarkett est aujourd'hui

l'un des plus grands producteurs et distributeurs de revêtement de sols, présent dans plus de 50 pays et actionnant 26 centres de production dans 10 pays, dont 16 en Europe. En 2004, Tarkett Group (www.tarkett.com) a réalisé un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros, dont 305 millions d'euros pour Tarkett Luxembourg S.A. Le groupe compte actuellement 7.200 employés dans le monde, dont 620 au Grand-Duché.

Pour plus d'informations:
www.ducroire.lu et
www.eulerhermes.com. ■

Services offerts par l'assurance-crédit:

- 1) Prévention et Surveillance** L'assureur-crédit évalue la solvabilité de vos clients actuels et futurs et le risque politique dans les pays difficiles.
- 2) Service de recouvrement** En cas de non-paiement, l'assureur-crédit se charge du recouvrement à l'amiable ou par procédure judiciaire.
- 3) Indemnisation** Si malgré les efforts entrepris la créance reste totalement ou partiellement impayée, l'assureur-crédit vous indemnise.

Commerce

un programme d'action

La présente édition du Merkur contient le désormais traditionnel calendrier officiel des activités visant à promouvoir l'internationalisation des entreprises luxembourgeoises. Publié sous forme de dépliant, ce calendrier, élaboré en étroite collaboration avec le Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur, comporte toutes les actions que le Département International de la Chambre de Commerce se propose d'effectuer en 2006 dans l'intérêt du développement des entreprises luxembourgeoises à l'étranger.

Après une année 2005 riche en événements de promotion du commerce extérieur et de l'économie luxembourgeoise à l'étranger, le programme 2006 du Département International s'annonce encore plus chargé, avec plus d'une centaine d'actions et d'événements à la fois diversifiés, ciblés et adaptés aux besoins, priorités et souhaits des entreprises.

Pour la Chambre de Commerce, l'accompagnement d'entreprises luxembourgeoises sur des marchés étrangers est une priorité absolue puisqu'elle répond directement aux ambitions des entreprises de développer leurs activités au-delà du marché local ou régional. Il n'est donc pas surprenant que le soutien actif de la Chambre de Commerce à la conquête de nouveaux marchés et à la promotion de l'économie luxembourgeoise a pris au fil des ans des formes très diversifiées: missions de promotion économique, salons de coopération, visites accompagnées de foires internationales, mise à disposition d'un stand collectif, accueil de délégations étrangères et organisation de multiples séminaires,

conférences et journées d'opportunités d'affaires.

Les objectifs visés par le Département International dans ce contexte sont notamment:

- Aider les entreprises à accéder aux marchés étrangers et à promouvoir leurs biens et services sur ces marchés;
- Promouvoir en général les relations économiques et commerciales aux niveaux international et régional;
- Faciliter les procédures lors de l'exportation ou de l'importation de produits;
- Faciliter l'accès à des informations concernant les biens et services étrangers et le commerce extérieur;
- Assister et conseiller les entreprises en matière communautaire.

Le vaste éventail d'activités en termes géographiques et sectoriels procède d'une volonté claire: proposer à un maximum d'entreprises, qu'elles soient grandes ou petites, nouvellement exportatrices ou aguerries à l'international, une offre de services la plus diversifiée possible.

Même si tous ces outils de promotion économique ont largement fait leurs preuves, la Chambre de Commerce a cherché à approfondir davantage encore ses partenariats aux niveaux national et international et sa collaboration avec les associations et fédérations professionnelles, ainsi qu'avec tous les Ministères concernés et en particulier avec le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur qui est son partenaire naturel dans les activités

Calendrier 2006

Février

1

Forum économique sur la Hongrie

8

2^e édition du Forum des Fournisseurs des Industries de l'Automobile

13-18

Mission économique au Pérou et au Mexique

15-16

Stand collectif au salon EMIF, Bruxelles (B)

16-17

Visites accompagnées aux salons «Plast» et «IPACK-IMA», Milan (I)

Mars

9

Visite du Président de la République tchèque à la Chambre de Commerce

9-10

Visite accompagnée au salon «CeBIT 2006», Hanovre (D)

12-16

Stand collectif au salon «Horécateel 2006», Marche-en-Famenne (B)

14-17

Stand collectif au salon «MIPIM 2006», Cannes (F)

20-23

Mission économique en Israël

23

Salon à l'Envers, Thionville (F)

Avril

10-14

Mission économique officielle en Russie

10-14

Visite accompagnée à la Hannover Messe 2006 (D) + Evénement de matchmaking «b2fair»

24-26

Visite d'Etat aux Pays-Bas

Mai

8-11

Stand collectif au salon «Rebuild Iraq», Amman (Jordanie)

12-14

Mission économique en Jordanie

14-18

Mission économique en Suède et Finlande

extérieur: 2006 ambitieux

de promotion économique et commerciale. Le fruit de cette étroite collaboration est un programme d'actions ambitieux pour l'année 2006, ce dont témoigne le dépliant encarté dans ce numéro. ■

L'équipe du Département International se tient à votre entière disposition pour tout besoin d'information concernant le programme officiel 2006. Pour rappel, les activités au niveau européen sont du ressort du Département International – Affaires européennes, e-mail: europa@cc.lu, alors que les activités afférentes aux zones géographiques dépassant le territoire européen sont couvertes par le Département International – Affaires hors Europe, e-mail: world@cc.lu

KEWLOX, la solution de rangement à votre mesure.



Grâce à son système modulaire unique, KEWLOX vous propose plus de 10 millions de combinaisons de meubles, pour particuliers et professionnels.

KEWLOX, c'est des armoires, des étagères, des penderies, des vitrines, des bibliothèques et beaucoup plus encore.

Les meubles KEWLOX sont disponibles dans une multitude de dimensions, de matériaux et de couleurs.

ICM s.a.
30, rue de Hesperange
Luxembourg-Bonnevoie
Tél. : +352 44 65 66

KEWLOX®
Meubles modulaires de rangement
www.kewlox.lu

Messen und Ausstellungen

im März 2006

BATIBOUW

Konsumentenmesse für Baustoffe, Renovierung und Inneneinrichtung
2. - 12.3.2006
Brüssel (BE)
Tel.: 0032 2 663 14 00

INTERNORGA

Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien
3. - 8.3.2006
Hamburg (DE)
Tel.: 0049 40 35 690

LBF

Internationale Buchmesse
5. - 7.3.2006
London (GB)
Tel.: 0044 20 89 10 79 76

GDS

Internationale Schuhfachmesse
5. - 7.3.2006
Düsseldorf (DE)
Tel.: 0049 211 45 60 900

PRACTICAL WORLD

Internationale Fachmesse Eisenwarenmesse
5. - 8.3.2006
Köln (DE)
Tel.: 0049 221 82 10

BIEMH

Werkzeugmaschinenmesse
6. - 11.3.2006
Bilbao (ES)
Tel.: 0034 94 42 85 400

HORECATEL

Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Catering
12. - 16.3.2006
Marche-en-Famenne (BE)
Tel.: 0032 84 34 08 00

EUROGUSS

Internationale Fachmesse für Druckgießtechnik
7. - 9.3.2006
Nürnberg (DE)
Tel.: 0049 911 86 06 84 44

FACILITY MANAGEMENT

Fachmesse und Konferenz für Gebäudemanagement und Wartungstechnik
7. - 9.3.2006
Frankfurt/Main (DE)
Tel.: 0049 711 61 94 60

MANUTENTION

Internationale Fachmesse für Fördertechnik und Logistik
7. - 10.3.2006
Paris (FR)
Tel.: 0033 1 49 68 51 00

SITL

Fachmesse für Transport und Logistik
7. - 10.3.2006
Paris (FR)
Tel.: 0033 1 47 56 50 00

WORLDBEX

Internationale Fachmesse für den Bausektor
7. - 11.3.2006
Manila (PH)
Tel.: 0063 2 53 16 350

AULA

Internationale Bildungsmesse
8. - 12.3.2006
Madrid (ES)
Tel.: 0034 91 72 25 092

ITB

Internationale Tourismus-Börse
8. - 12.3.2006
Berlin (DE)
Tel.: 0049 30 30 380

CEBIT

Internationale Messe für Informationstechnologie, Telekommunikation und Software
9. - 15.3.2006
Hannover (DE)
Tel.: 0049 511 89 33 101

Messen und Ausstellungen

im März 2006

JARDIREVE

Gartenmesse

10. - 12.3.2006
Luxemburg (LU)
Tel.: 00352 43 99 1

BULGARIA BUILDING WEEK

Internationale Fachmesse für Bau und Innenausbau

11. - 15.3.2006
Sofia (BG)
Tel.: 00359 2 96 55 220

EGAST

Fachmesse für Gastronomiebedarf

12. - 15.3.2006
Straßburg (FR)
Tel.: 0033 3 88 33 72 121

MIPIM

Internationaler Immobilienmarkt

14. - 17.3.2006
Cannes (FR)
Tel.: 0033 1 41 90 44 00

FOODEXPO

Internationale Nahrungsmittel- und Getränkemesse

14. - 17.3.2006
Tokyo (JP)
Tel.: 0081 3 34 34 62 11

SAIEDUE

Internationale Messe für Bauzubehör und Innenausbau

14. - 18.3.2006
Bologna (I)
Tel.: 0039 02 29 01 71 44

WIN

Internationale Industriemesse

16. - 19.3.2006
Istanbul (TR)
Tel.: 0090 212 33 46 900

FRANCHISE EXPO

Internationale Franchising Messe

17. - 20.3.2006
Paris (FR)
Tel.: 0033 1 47 56 50 00

BEAUTY INTERNATIONAL

Internationale Fachmesse für Kosmetik

17. - 19.3.2006
Düsseldorf (DE)
Tel.: 0049 211 45 60 01

ARGENPLAS

Internationale Kunststoffmesse

20. - 24.3.2006
Buenos Aires (AR)
Tel.: 0054 11 48 21 96 03

FENSTERBAU FRONTALE

Internationale Fachmesse für Fenster und Fassaden

22. - 25.3.2006
Nürnberg (DE)
Tel.: 0049 911 86 060

FRANCHISING & PARTNERSHIP

Franchising Messe

22. - 23.3.2006
Bruxelles (BE)
Tel.: 0032 2 35 48 225

PROWEIN

Internationale Fachmesse für Weine und Spirituosen

26. - 28.3.2006
Düsseldorf (DE)
Tel.: 0049 211 45 60 01

MACHINE OUTIL

Internationale Fachmesse für Werkzeugmaschinen

27. - 31.3.2006
Paris (FR)
Tel.: 0033 1 49 68 51 00

MARBLE

Internationale Fachmesse für Marmor und Marmorverarbeitung

29.3. - 1.4.2006
Izmir (TR)
Tel.: 0090 232 48 21 270

TECHNI-PIERRE

Ausstellung für Naturstein

30.3. - 2.4.2006
Lüttich (BE)
Tel.: 0032 4 22 71 934

Automobilforum Großregion



Nach der erstmaligen Veranstaltung in Saarbrücken im Februar 2004, präsentiert das Großherzogtum Luxemburg am 8. Februar 2006 in der Luxemburger Handelskammer, in Anwesenheit des luxemburgischen Wirtschaftsministers Jeannot Krecké, das zweite «Automobilforum der Großregion Saar-Lor-Lux».

Die Veranstaltung kombiniert branchenbezogene Präsentationen mit individuellen Treffen zwischen Einkäufern und Zulieferern (Match-making/Kooperation). Die Teilnehmer werden außerdem an Ständen mit Informationen über die verschiedenen Regionen informiert.

Dieses Forum, das von der Handelskammer des Großherzogtums Luxemburg in Zusammenarbeit mit den Industrie- und Handelskammern der Saar-Lor-Lux Region, Rheinland-Pfalz sowie der Wallonie durchgeführt wird, bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, an verschiedenen Präsentationen von renommierten Rednern der Branche teilzunehmen. Zusätzlich wird eine Kontaktbörse stattfinden. Diese Kooperationsbörse ermöglicht Treffen zwischen Einkäufern und Zulieferern sowie erste Kontaktgespräche mit den Einkaufsleitern der Unternehmen, die im Rahmen dieses Forums vertreten sind. ■

der Saar-Lor-Lux

Forum de l'industrie automobile de la Grande Région Saar-Lor-Lux *Automobilforum der Großregion Saar-Lor-Lux* Programme - 8 février 2006 / Programm - 8. Februar 2006

09.00	Accueil des participants. Café-Croissant <i>Empfang der Teilnehmer. Kaffee-Croissant</i>
09.30	Mot de Bienvenue / <i>Begrüßungsansprache:</i> Pierre Gramegna, Directeur de la Chambre de Commerce
09.35	Allocution d'ouverture / <i>Eröffnungsansprache:</i> Jeannot Krecké, Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur
09.55	L'Équipement de l'Industrie Automobile: une industrie au centre de la mutation de la filière automobile / <i>Die Ausstattung der Automobilindustrie: eine Industrie im Mittelpunkt der im Wandel begriffenen Automobilbranche:</i> Paul Schockmel, Président de l'ILEA (Industrie Luxembourgeoise des Equipementiers de l'Automobile)
10.10	Présentation de la «Automobil-Zulieferinitiative Rheinland-Pfalz» et de ses projets actuels / <i>Vortrag der «Automobil-Zulieferinitiative Rheinland-Pfalz» und deren aktuelle Projekte:</i> Prof. Dr. Hajo Weber, Leiter der Automobil-Zulieferinitiative Rheinland-Pfalz
10.25	Les défis de l'Industrie Automobile et la coopération avec les producteurs et soustraitants / <i>Herausforderungen für die Automobilindustrie und die Zusammenarbeit mit Herstellern und Zulieferern:</i> M. Achim Rauber, Directeur du VDA (Verein Deutscher Automobilindustrie)
10.40	La politique du Cluster Auto-Mobilité de Wallonie: une approche eurégionale / <i>Die Politik des Clusters Auto-Mobilität der Wallonien: ein euregionaler Ansatz:</i> M. René Fabry, Administrateur délégué du Cluster Auto-Mobilité de Wallonie
10.55	L'évolution du marché en Europe Centrale – Tendances et développements / <i>Marktentwicklung in Mitteleuropa – Trends, Entwicklung, Tendenzen:</i> M. Jean-Marc Gales, Geschäftsführer – Vertrieb, Marketing und Service «Adam Opel GmbH»
11.10	Débat / <i>Austausch</i>
11.30	*** Pause - Café *** / *** <i>Kaffeepause</i> ***
11.45	Workshop 1: La stratégie d'achat globale d'un fournisseur de l'industrie automobile <i>Globale Einkaufsstrategie eines globalen Automobilzulieferanten</i> M. Horst Jürgens, Einkaufsvorstand „Brose“ Workshop 2: Programme et stratégie d'achat d'une société active en international dans le domaine de la construction de machines et de sous-traitance <i>Einkaufsprogramm und Einkaufsstrategie eines international operierenden Maschinenbau- und Zulieferunternehmens</i> M. Dieter Koch, Leiter Zentraleinkauf „HYDAC-Gruppe“
12.30	*** Déjeuner-Bufferet *** / *** <i>Lunch-Bufferet</i> ***
13.30	Début des rencontres bilatérales entre acheteurs et fournisseurs / <i>Beginn der Treffen zwischen Einkäufer und Zulieferer</i>
17.30	Clôture du Forum avec Vin d'Honneur / <i>Abschluss des Forums mit anschließendem Umtrunk</i>
18.00	Fin du Forum / <i>Ende des Forums</i>

Un article en langue française
sur le forum de l'industrie automobile
a été publié dans le Merkur de novembre 2005.
De plus amples informations sont également
disponibles sur le site internet
www.forumautomobil.lu ou auprès
du Département International –
Affaires européennes de la Chambre
de Commerce. Personne de contact:
Sohrab Ziai, tél.: 42 39 39-360, fax: 43 83 26,
e-mail: europe@cc.lu

Weitere Informationen zum 2. Automobilforum
der Großregion können Sie unter
www.automobilforum.lu einsehen.
Die Mitarbeiter der Abteilung
„International“ – Europäische Angelegenheiten
stehen Ihnen für weitere Auskünfte jederzeit
gerne zur Verfügung. Ansprechpartner:
Sohrab Ziai, tél.: 42 39 39-360, fax: 43 83 26,
e-mail: europe@cc.lu



Messen und Ausstellungen

im März 2006

BASELWORLD

Weltmesse für Uhren und
Schmuck

30.3. – 6.4.2006

Basel (CH)

Tel.: 0041 58 20 02 020

LIFE²

Gesundheitsmesse

31.3. – 2.4.2006

Luxemburg (LU)

Tel.: 43 99 310

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.

Formulaire d'inscription / Anmeldeformular

A remplir en lettres majuscules et à retourner pour le 3 février 2006 au plus tard
In Großbuchstaben ausfüllen und spätestens bis zum 3. Februar 2006 zurücksenden

Entreprise / *Firma*: _____

Nom, Prénom / *Name, Vorname*: _____

Fonction / *Funktion*: _____

Langues parlées / *Sprachen*: _____

Rue, N° / *Straße, Nr.*: _____

Code postal, localité / *Postleitzahl, Ort*: _____

Tél., Fax / *Tel., Fax*: _____ / _____

E-mail: _____ @ _____

Internet: _____

- participera aux discours thématiques qui auront lieu le 8 février 2006 de 09h30 à 12h15 / *wird an den Vorträgen teilnehmen, die am 8. Februar 2006 von 09.30 Uhr bis 12.15 Uhr stattfinden*
 - participera au workshop n° 1 / *wird am Workshop Nr. 1 teilnehmen*
 - participera au workshop n° 2 / *wird am Workshop Nr. 2 teilnehmen*
 - participera au Lunch-Buffer offert par la Chambre de Commerce de 12h30 à 13h30 le 8 février 2006 / *wird am Lunch-Buffer teilnehmen, zu dem die Handelskammer am 8. Februar 2006 von 12.30 Uhr bis 13.30 Uhr einlädt*
 - participera à la Bourse de Contacts qui aura lieu le 8 février 2006 de 13h30 à 17h30 et est intéressé(e) à mener un entretien individuel avec un représentant des entreprises reprises plus bas / *wird an der Kooperationsbörse teilnehmen, die am 8. Februar 2006 von 09.30 Uhr bis 12.15 Uhr stattfindet und ist daran interessiert mit folgenden Einkäufern ein Gespräch zu führen*
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Adam Opel A.G. | <input type="checkbox"/> Delphi Automotive | <input type="checkbox"/> Hydac International GmbH |
| <input type="checkbox"/> Bosch GmbH | <input type="checkbox"/> Elth | <input type="checkbox"/> IEE |
| <input type="checkbox"/> Brose | <input type="checkbox"/> Federal-Mogul | <input type="checkbox"/> Keiper GmbH & Co. KG |
| <input type="checkbox"/> DaimlerChrysler AG | <input type="checkbox"/> Guardian Automotive | |

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Département International – Affaires Européennes

Personne de contact: Sohrab Ziai

L-2981 Luxembourg

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

13-17 février 2006

Mission de promotion économique au **Pérou** et au **Mexique**

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg organisera, en étroite collaboration avec l'Association des Banques et Banquiers Luxembourg (ABBL) et l'Association Luxembourgeoise des Fonds d'Investissements (ALFI), une mission de prospection économique au Pérou et au Mexique du 13 au 17 février 2006.

Cette mission multisectorielle, présidée par S.E. Monsieur Jean Asselborn, Vice-Premier Ministre

et Ministre des Affaires Etrangères et de l'Immigration, séjournera à Lima, capitale du Pérou (13-14 février) et à Mexico-City (15-17 février). La mission aura comme but d'offrir aux entreprises un dispositif organisationnel susceptible de faciliter l'entrée en relation avec des sociétés locales et ainsi de développer le commerce entre le Pérou, le Mexique et le Luxembourg. Un programme spécifique pour le secteur financier sera organisé pour chacune des deux destinations. ■



Mexico-City,
Mexique

Pour toute demande d'information complémentaire, veuillez contacter le Département International de la Chambre de Commerce, Mme Viviane Hoor: 42 39 39-315 ou viviane.hoor@cc.lu

14-17 mars 2006

Premier stand collectif luxembourgeois lors du salon «**MIPIM**» à Cannes

Pour la première fois, la Chambre de Commerce mettra en place un Pavillon National à l'occasion du salon «MIPIM», Marché International des Professionnels de l'Immobilier, qui se déroulera du 14 au 17 mars 2006 à Cannes (France).

La 17^e édition du MIPIM s'inscrit dans la lignée de l'édition 2005, qui avait reçu 17.641 décideurs autour de 4.660 investisseurs et utilisateurs finaux et de 2.051 sociétés exposantes en provenance de 74 pays différents. Au fil des années, le MIPIM est devenu un rendez-vous incontournable et permet de rassembler en un



même lieu les utilisateurs finaux (banques, investisseurs institutionnels, conseils en immobilier d'entreprise), les villes et collectivités territoriales, les promoteurs et entreprises de construction, les chaînes hôtelières, ainsi que les divers secteurs complémentaires (avocats, architectes, experts en

immobilier, urbanistes, gestionnaires d'actifs immobiliers, comptables, chaînes hôtelières, groupes d'immobilier touristique, etc.). C'est dans le cadre prestigieux du Palais des Festivals de Cannes que la promotion des sites économiques au niveau mondial a depuis 17 ans choisi Cannes comme point de repère annuel pour y présenter l'étendue des projets d'investissement de l'ensemble des pays représentés.

Le Luxembourg sera présent par le biais d'un stand collectif national rassemblant les entreprises luxembourgeoises qui souhaitent se présenter comme por-



teurs de projets, mais aussi afficher le Grand-Duché de Luxembourg comme site d'implantation de pre-

mier choix. La journée luxembourgeoise aura lieu le 15 mars 2006 en présence du Ministre de

l'Economie et du Commerce extérieur, M. Jeannot Krecké. ■

Si vous souhaitez vous joindre à cette participation collective, la Chambre de Commerce vous propose une formule «clef en main». Pour de plus amples informations sur le salon «MIPIM» ou les conditions de participation, l'équipe du Département International – Affaires européennes de la Chambre de Commerce reste à votre entière disposition.

Tél.: 42 39 39-360/335 – E-mail: europe@cc.lu

Personnes de contact: Mme Sabrina Sagramola / M. François Nénon

avril-mai 2006

Trois missions économiques en Europe

En avril et mai prochains, la Chambre de Commerce prévoit trois missions multisectorielles économiques en Europe. Incluant la Russie, les Pays-Bas, la Suède et la Finlande, le programme prévoit des destinations proches et d'autres plus éloignées.

■ Mission économique en Russie (semaine du 10 avril 2006)

Dans la semaine du 10 avril 2006, le S.A.R le Prince héritier et Monsieur le Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur Jeannot Krecké visiteront la Fédération de Russie. Ils seront accompagnés par une délégation commerciale.

Avec l'élargissement de l'Union européenne au 1^{er} mai 2004, la Russie s'est géographiquement rapprochée de l'UE et connaît depuis la crise de 1998 des chiffres de croissance remarquables avec un taux de croissance moyen de plus de 6,3 % sur les cinq dernières années. Dans une perspective

de modernisation du pays et de volonté de relance de sa production industrielle, les opportunités sur ce marché sont énormes. La demande en technologies modernes et en équipements étrangers est croissante.

■ Visite d'Etat aux Pays-Bas (24-26 avril 2006)

Du 24 au 26 avril 2006, S.A.R le Grand-Duc se rendra aux Pays-Bas. Le Grand-Duché de Luxembourg et le Royaume des Pays-Bas entretiennent des relations économiques et sociales de longue date. Tout comme le Luxembourg, pays fondateur du Benelux et de l'Union européenne, les Pays-Bas sont encore aujourd'hui un partenaire commercial primordial et présentent un potentiel important à exploiter.

Bien que le Royaume des Pays-Bas soit quant à sa superficie un «petit pays», il occupe dans l'UE 25 la 7^e place quant à sa population. Ainsi, les Pays-Bas constituent un marché non négligeable à proximité du Luxembourg.

■ Mission économique en Suède et en Finlande (14-18 mai 2006)

Du 14 au 18 mai 2006, une mission économique sera organisée en Scandinavie, et plus particulièrement en Suède et en Finlande. L'industrie manufacturière constitue un poids économique élevé en Finlande. Les secteurs principaux sont ceux du bois, des métaux, de l'ingénierie et des télécommunications. La Finlande excelle dans l'exportation des produits de haute technologie tels que les portables.

La Suède possède d'importantes ressources naturelles, comme le bois et les métaux. De plus, le pays est producteur de produits de haute technologie tels que les avions, les voitures, les camions et les appareils de télécommunication. Son économie est orientée vers le commerce extérieur, où l'ingénierie joue un rôle important.

Pour de plus amples informations sur l'une de ces missions économiques, nous vous prions de nous retourner le bulletin ci-contre: ■

Missions économiques en Europe

- A remplir en lettres majuscules -

Entreprise: _____

Nom/Prénom: _____

Fonction: _____

Adresse: _____

Code postal/Localité: _____

Téléphone/Fax: _____ / _____

E-mail: _____ @ _____

- est intéressé(e) à participer à la mission économique en Russie qui se déroulera au cours de la semaine du 10 avril 2006 et souhaite recevoir de plus amples informations à ce propos.
- est intéressé(e) à participer à la mission économique aux Pays-Bas qui se déroulera du 24 au 26 avril 2006 et souhaite recevoir de plus amples informations à ce propos.
- est intéressé(e) à participer à la mission économique en Suède et en Finlande qui se déroulera du 14 au 18 mai 2006 et souhaite recevoir de plus amples informations à ce propos.

**Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Département International – Affaires Européennes**

L-2981 Luxembourg

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

5-18 November 2006

YES program V (young executive stay) Commercial export mission to Japan

The YES program aims to train young executives from Luxembourg in successful Japanese business practices, at moderate costs, and in a short amount of time. The two-week training program will take place from 5 to 18 November 2006.

Each YES program participant will work individually with a business coach, who will be selected from a company that is related to the participant's business, but not in direct competition.

The organizers will bear most of the direct costs of preparatory briefing sessions, your trip to Japan including your economy class airplane ticket and accommodation during the whole program. A token fee of only 1.750 € has to be paid to partially cover expenses.

The application form and all necessary documents should be submitted on-line at www.bja.be/services_yes before Friday, April 21st 2006. ■



For further details, please visit following website: www.cc.lu or contact the International Department, Mr David Luty, tel.: +352 42 39 39-316 or david.luty@cc.lu

Journées d'opportunités d'affaires 2006

Afin d'aider les entreprises luxembourgeoises à pénétrer les marchés étrangers, la Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à écouler leurs produits ou services.

Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges. ■

Pour tout renseignement supplémentaire concernant les journées d'opportunités d'affaires avec les attachés économiques et commerciaux, veuillez contacter
Madame Bettina Milewski,
 tél.: 42 39 39-372,
 e-mail: bettina.milewski@cc.lu
 ou **Monsieur David Luty,**
 tél.: 42 39 39-316,
 e-mail: david.luty@cc.lu

Date	Pays	Ville
06 février	IRAK/JORDANIE	BAGDAD/AMMAN
07 février	ROUMANIE	BUCAREST
07 février	BULGARIE	SOFIA
20 février	RUSSIE	MOSCOU
20 février	RUSSIE	SAINT PETERSBOURG
20 février	RUSSIE	NIZHNY NOVGOROD
20 février	ESPAGNE	MADRID
20 février	ESPAGNE	BARCELONE
20 février	ESPAGNE	VALENCE
20 février	PORTUGAL	LISBONNE
21 février	TURQUIE	ANKARA
21 février	GRECE	ATHENES
10 mars	ETATS-UNIS	CHICAGO
10 mars	MEXIQUE	MEXICO
21 mars	BRESIL	SAO PAULO
21 mars	BRESIL	SAO PAULO
29 mars	ISRAEL	TEL AVIV
24 avril	EGYPTE	LE CAIRE
24 avril	LYBIE	TRIPOLI
24 avril	AFRIQUE DU SUD	JOHANNESBOURG
02 mai	TUNISIE	TUNIS
10 mai	CROATIE	ZAGREB
01 juin	CANADA	TORONTO
01 juin	CANADA	MONTREAL
06 juin	VIETNAM	HO CHI MINH VILLE
06 juin	MALAISIE	KUALA LUMPUR
06 juin	THAILANDE	BANGKOK
06 juin	PHILIPPINES	MANILLE
16 juin	ROYAUME-UNI	LONDRES
16 juin	IRLANDE	DUBLIN
16 juin	LITHUANIE / LETTONIE / ESTONIE	VILNIUS
21 juin	ITALIE	MILAN
21 juin	ITALIE	PADOUE
28 juin	KOWEIT	KUWAIT CITY
28 juin	LIBAN	BEIRUT
29 juin	CHINE	SHANGHAI
29 juin	CHINE	HONG KONG
29 juin	CHINE	CANTON



Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Une formation proposée par l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce en collaboration avec son partenaire académique, l'ICN Ecole de Management



PROGRAMME 2006

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS ONLINE WWW.IFCC.LU

INTITULÉ	DATE	JOUR	HORAIRE
INTRODUCTION			
De l'importance de la comptabilité et de la gestion financière	9/03/2006	Jedi	8.30–10.15 heures
MODULE 1			
Comprendre l'essentiel des documents comptables et financiers	9/03/2006	Jedi	10.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
Comprendre l'essentiel des documents comptables et financiers	10/03/2006	Vendredi	8.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
MODULE 2			
Evaluer la structure financière de l'entreprise	30/03/2006	Jedi	8.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
Evaluer la structure financière de l'entreprise	31/03/2006	Vendredi	8.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
MODULE 3			
Comptabilité analytique et contrôle de gestion	27/04/2006	Jedi	8.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
Comptabilité analytique et contrôle de gestion	28/04/2006	Vendredi	8.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
MODULE 4			
Politique d'investissement de l'entreprise	18/05/2006	Jedi	8.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
Politique d'investissement de l'entreprise	19/05/2006	Vendredi	8.30–12.30 et 13.30–17.00 heures
Contrôle des connaissances et compétences acquises	Juin 2006		

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





23 mars 2006

11^e édition du Salon à l'Envers (Thionville - France)

Le 23 mars 2006, la Salle Jean Burger à Thionville accueillera la 11^e édition du Salon à l'Envers. Né en 1996 d'une idée originale de Gille Biau et unique en son genre de par son concept simple et pratique, ce salon constitue pour les entreprises de la Grande Région un lieu de rencontres original entre les donneurs d'ordres, d'une part, qui viennent exprimer leurs besoins en terme d'achats et les fournisseurs, d'autre part, qui proposent leurs offres de produits et/ou de services.

■ Le Salon à l'Envers en 2005 en quelques chiffres:

- 63 donneurs d'ordres au total dont 20 % en provenance de l'étranger (Luxembourg, Belgique et Allemagne)
- 7 donneurs d'ordres du Grand-Duché de Luxembourg
- Environ 350 visiteurs représentant 186 sociétés
- Une cinquantaine de visiteurs en provenance du Grand-Duché de Luxembourg

- Plus de 1.500 contacts établis et recensés à l'issue de la journée.

Le thème de l'édition 2006 du salon sera le développement durable. Dans ce cadre, 10 exemples d'entreprises s'étant particulièrement mises en valeur dans ce domaine seront présents lors du salon. Des informations plus détaillées quant au Salon à l'Envers seront publiées dans la prochaine édition du Merkur. ■

Pour de plus amples informations sur la participation en tant que donneur d'ordre ou en tant que visiteur, l'équipe du Département International – Affaires européennes se tient à votre entière disposition: tél.: 42 39 39-360, fax: 43 83 26, e-mail: europe@cc.lu

Marchés publics

Recevoir les appels d'offres correspondant à son activité

Depuis 2001, l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce offre aux entreprises luxembourgeoises un service de veille sur les marchés publics par lequel un entrepreneur reçoit quotidiennement des appels d'offres correspondant au profil de son entreprise.

L'EIC reçoit chaque jour, tous les textes publiés dans le Journal Officiel des Communautés Européennes, Série S. Il ne s'agit pas seulement des avis de marchés, mais également des avis de pré-

information, des avis d'attribution et des informations complémentaires. Ces informations sont également accessibles sur Internet, mais effectuer une recherche quotidienne dans cette banque de données s'avère être un exercice relativement lourd et fastidieux. Par le biais du service de veille sur les marchés publics, une entreprise recevra par courrier électronique les appels d'offres sélectionnés pour son activité. La sélection se fera sur base d'un profil d'entreprise qui est construit autour de différents critères, comme les

mots-clés, les codes CPV («Vocabulaire commun pour les marchés publics»: nomenclature utilisée pour décrire les activités et produits dans le cadre des marchés publics) et le type de pouvoir adjudicateur.

Les textes publiés et les profils d'entreprises étant introduits dans le même logiciel, l'entreprise ne reçoit que les documents correspondant à ses activités. Ce service fait gagner du temps à l'entreprise et l'informe de l'appel d'offre ainsi sélectionné dès le jour de sa publication.

■ Grande-Région

La législation européenne impose la publication des appels d'offres dont les montants dépassent un certain seuil au Journal Officiel des Communautés Européennes. Les appels d'offres qui ne dépassent pas ces seuils sont normalement publiés dans les journaux officiels nationaux, et/ou dans la presse nationale. De plus en plus, ces informations sont également disponibles sur Internet. Pour les petites et moyennes entreprises, ces «petits» appels d'offres revêtent une grande importance. Les projets mis en adjudication par les administrations en Grande Région peuvent constituer un grand marché pour une entreprise luxembourgeoise. Ainsi, l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI étendra bientôt son service de veille pour les marchés publics «en-deçà du seuil» publiés par les pouvoirs adjudicateurs en Grande Région. Dès que le nouveau service sera actif, vous aurez la possibilité de vous abonner au service de veille «Europe» et/ou «Grande Région».

■ Autres activités dans le cadre des marchés publics

Faciliter l'accès aux marchés publics ne signifie pas seulement être informé de l'existence d'un appel d'offres. La réception de l'appel d'offre le jour de la publication n'est que le premier pas. La préparation de l'offre respectant tous les critères indiqués par le pouvoir adjudicateur est un travail contraignant et minutieux qui demande des connaissances en la matière.

En 2006 et 2007, l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce organisera plusieurs manifestations, telles que des conférences et formations, pour aider les entreprises à faciliter leur participation aux marchés publics tant au Luxembourg qu'à l'étranger.

L'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI prévoit également effectuer une enquête auprès des entreprises luxembourgeoises pour connaître leurs besoins dans le cadre des marchés publics. ■

■ Aperçu des appels d'offres récemment mis en adjudication

L-Schifflange: Travaux de construction de bâtiments

Avis de marché de l'Administration Communale de Schifflange

Résumé: Fenêtres / Façade en verre.

Travaux de menuiserie extérieure pour la construction d'un Centre Senior à Schifflange.

Date de publication: 7 janvier 2006

L-Luxembourg: Parquet

Avis de marché du Ministère des Travaux Publics, Administration des Bâtiments Publics, Division des Travaux Neufs

Résumé: PJJ – Parquet B-C. Travaux de parqueterie pour les bâtiments B-C.

Date de publication: 07 décembre 2005

L-Luxembourg: Services de traduction

Avis de marché de la Cour de Justice des Communautés Européennes

Résumé: Conclusion de contrats-cadres pour la traduction de textes juridiques, de certaines langues officielles de l'Union européenne vers le néerlandais.

Date de publication: 15 décembre 2005

F-Troyes: Services d'études d'impact sur l'environnement

Avis de marchés du Conseil Général de l'Aube, Service des Marchés

Résumé: Plate-forme multimodale située sur les communes de Nogent-sur-Seine et Le Mériot et suivis des mesures de réduction des impacts

Date de publication: 4 janvier 2006

E-Madrid: Bâtiments aéroportuaires

AENA, Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea, Dirección de Contratación, Dirección Adjunta de Contratación Centralizada

Résumé: Bâtiments aéroportuaires

Date de publication: 4 janvier 2006

F-Metz: Equipement de salle du courrier

Avis de marché du Conseil Général de la Moselle, Hôtel du Département

Résumé: Achat, entretien et maintenance d'une solution de mise sous pli pour le bureau central du courrier du cabinet

Date de publication: 4 janvier 2005

CY-Larnaka: Matériaux de construction routière

Avis de marché de Eparchos Larnakas

Résumé: Matériaux de construction routière

Date de publication: 12 janvier 2006

Pour de plus amples informations
sur le service de veille sur les marchés publics,
nous vous invitons à remplir le bulletin (page suivante)
ou à contacter l'Euro Info Centre.



Service de veille sur les marchés publics

- A remplir en lettres majuscules -

Entreprise: _____
 Nom/Prénom: _____
 Fonction: _____
 Adresse: _____
 Code postal/Localité: _____
 Téléphone/Fax: _____ / _____
 E-mail: _____ @ _____

- est intéressé(e) à recevoir de plus amples informations sur le service de veille sur les marchés publics européens.
- est intéressé(e) à recevoir de plus amples informations sur le service de veille sur les marchés publics de la Grande Région.
- est intéressé(e) à rencontrer un collaborateur de l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce.

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Département International – Affaires Européennes
Euro Info Centre – Luxembourg PME / PMI
 L-2981 Luxembourg
 Tél.: 42 39 39-333 Fax: 43 83 26 E-mail: eic@cc.lu
 Personne de contact: M. Niels Dickens

Textes européens publiés du 25 novembre 2005 au 13 janvier 2006

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 recommandations, communications, décisions, directives et règlements européens. Vous trouverez ainsi dans chaque édition du Merkur une liste référentielle contenant une sélection de ces textes publiés lors de la période précédant sa parution.

Pour obtenir un ou plusieurs des documents listés, il vous 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.

Recommandations publiées du 25 novembre 2005 - 13 janvier 2006

- | | | |
|---|-------------|--|
| 1 | 2005/881/CE | Traitement dans les indices des prix à la consommation harmonisés de certaines questions liées aux réformes des soins de santé |
| 2 | 2005/865/CE | Patrimoine cinématographique et compétitivité des activités industrielles connexes |

Communications publiées du 25 novembre 2005 - 13 janvier 2006

- | | | |
|---|--------------|---|
| 3 | 2005/C298/01 | Avis sur la proposition de directive sur la conservation de données traitées dans le cadre de la fourniture de services de communications électroniques accessibles au public |
| 4 | 2005/C294/07 | Avis du CESE sur la contribution de la société civile dans les relations entre l'UE et la Russie |
| 5 | 2005/C325/11 | L'assurance-crédit à l'exportation à court terme |

Décisions publiées du 25 novembre 2005 - 13 janvier 2006

6 2005/876/JAI L'échange d'informations extraites du casier judiciaire

Directives publiées du 25 novembre 2005 - 13 janvier 2006

7 2005/60/CE Prévention de l'utilisation du système financier pour le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme
8 2005/56/CE Fusions transfrontalières des sociétés de capitaux
9 2005/68/CE La réassurance
10 2005/85/CE Normes minimales concernant la procédure d'octroi et de retrait du statut de réfugié dans les Etats membres
11 2005/88/CE Emissions sonores dans l'environnement des matériels utilisés à l'extérieur des bâtiments
12 2005/92/CE Durée d'application du taux normal minimum de TVA
13 2006/2/CE Méthodes d'analyse quantitative de mélanges binaires de fibres textiles
14 2006/3/CE Dénominations textiles

Règlements publiés du 25 novembre 2005 - 13 janvier 2006

15 1889/2005 Contrôle de l'argent liquide entrant ou sortant de la Communauté
16 2150/2005 Règles communes pour la gestion souple de l'espace aérien
17 2083/2005 Seuils d'application pour les procédures de passation des marchés
18 2038/2005 Règles de gestion et de répartition pour les contingents textiles pour 2006
19 N° 25 Règlements de la Commission économique pour l'Europe des Nations Unies (CEE/ONU) – Prescriptions
N° 26 uniformes relatives à l'homologation d'équipements et dispositifs (Appuie-tête, avertisseurs sonores,
N° 28 projecteurs pour véhicules, dispositifs de retenue pour enfants) – Secteur automobile
N° 44
N° 105
N° 112
N° 113

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

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Département International – Affaires européennes
Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI

Personne de contact: Mme Anne-Cécile SADOT
7, rue Alcide de Gasperi • Luxembourg/Kirchberg • L-2981 Luxembourg
Tél.: 42 39 39-333 • Fax: 43 83 26 • E-mail: eic@cc.lu

Sécurité routière

Certificats d'immatriculation des véhicules



La Commission européenne a décidé de poursuivre le Luxembourg devant la Cour de Justice pour défaut de transposition en droit national de la législation européenne relative à l'introduction du certificat d'immatriculation harmonisé. Cette législation contribue notamment à améliorer la sécurité

routière en permettant de contrôler la compétence des conducteurs à conduire leur catégorie de véhicule. Elle améliore également le bon fonctionnement du marché intérieur du transport routier en harmonisant les certificats d'immatriculation.

La directive concernée (Directive 1999/37/CE du Conseil du 29 avril 1999 relative aux documents d'immatriculation des véhicules) a pour but d'harmoniser la présentation et le contenu du certificat d'immatriculation des véhicules.

Ce nouveau certificat:

- contribuera à améliorer la sécurité routière car le contenu du certificat d'immatriculation doit permettre de contrôler que le chauffeur conduit uniquement

les catégories de véhicules que son permis de conduire l'autorise à conduire;

- facilitera sa compréhension par des fonctionnaires étrangers pratiquant une autre langue;
- facilitera la remise en circulation des véhicules précédemment immatriculés dans un autre Etat membre et contribuera au bon fonctionnement du marché intérieur.

Le Luxembourg n'a pas communiqué à la Commission les mesures de transposition en droit national de cette directive avant la date limite du 1^{er} juin 2004.

(Communiqué par la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg) ■

Paiements transfrontaliers

Augmentation du seuil pour les **transactions réglementées** de 12.500 à 50.000 euros

En date du 1^{er} janvier 2006, la limite d'application du règlement européen 2560/2001 a été portée de 12.500 euros à 50.000 euros par transaction.

Ce règlement impose des conditions identiques pour les paiements en euro tant au niveau national qu'au niveau européen. Le champ d'application territorial du règlement couvre les pays

de l'UE, l'Islande, le Liechtenstein et la Norvège.

Concrètement, cela signifie que les clients bancaires pourront – jusqu'à un montant de 50.000 euros – profiter des mêmes tarifs pour les paiements transfrontaliers et les paiements à l'intérieur du pays. Ils pourront également bénéficier d'une transmission de fonds au destinataire dans un laps de temps de trois jours ouvrables.

Pour des ordres de virements nationaux, les clients continueront à indiquer les numéros de comptes IBAN comme par le passé. Pour des virements transfrontaliers, il est important que le client fournisse à côté du compte IBAN du destinataire le code bancaire (BIC) de la banque du destinataire pour pouvoir profiter de tarifs favorables. ■

L'Autriche assure la présidence du Conseil de l'UE

La présidence du Conseil est assurée par les Etats membres pour une période de six mois selon un système de rotation. L'ordre est fixé à l'unanimité par le Conseil. Pour la deuxième fois depuis son adhésion à l'Union européenne, l'Autriche assurera, au cours du premier semestre 2006, la présidence du Conseil de l'UE. (La première présidence du Conseil de l'UE de l'Autriche remonte à 1998.)

La Finlande prendra ensuite le relais dès le 1^{er} juillet 2006, suivie de l'Allemagne et du Portugal. Ensuite viendra le tour de la Slovaquie, le premier des nouveaux Etats membres de la dernière vague d'élargissement (1^{er} mai 2004) à

organiser la présidence, et cela au cours du premier semestre 2008.

■ La présidence a pour tâche:

- d'organiser et de présider toutes les réunions du Conseil européen, du Conseil de l'UE, ainsi que des comités et groupes de travail soutenant les travaux du Conseil,
- de représenter le Conseil au sein des autres organes et institutions de l'UE, telles que la Commission européenne et le Parlement européen,
- et de représenter l'Union européenne au sein d'autres organisations internationales et auprès des pays tiers.

Les discussions de ces derniers mois ont prouvé qu'il était important pour l'Union européenne de s'attaquer à des sujets qui tiennent à cœur les citoyens dans leur quotidien. Les deux présidences, l'Autriche et la Finlande, travailleront donc en étroite collaboration afin de s'assurer que le travail effectué par le Conseil contribue au bien-être économique et social, à la protection de l'environnement, à la liberté et la sécurité des citoyens européens ainsi qu'au renforcement de la position de l'UE sur la scène internationale. En outre, les présidences autrichienne et finlandaise feront en sorte que l'Union européenne parvienne à faire face aux défis et profite des opportunités lancées par la mondialisation. ■

De plus amples informations sur la Présidence autrichienne et son programme d'action sont disponible sur le site web www.eu2006.at

GESTO!

Solutions informatiques pour entreprises

Comptabilité informatisée pour entreprises

Nous assurons:

La création de votre dossier comptable.

La formation sur site de vos employés. (luxemb.)

Le suivi et l'assistance comptable sur votre dossier.

Utilisation facile, notions de comptabilité non requises.

Gesto – Thomé & Martin snc

L-6370 Haller

Tél. 35 65 97 31

www.gesto.lu

info@gesto.lu



Représentation de la Commission européenne au Luxembourg

Ernst Moutschen nommé chef de la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg



Monsieur Ernst Moutschen, le nouveau chef de la représentation de la Commission européenne au Luxembourg, a pris ses fonctions début janvier 2006. Voix officielle de la Commission européenne au Luxembourg, la Représentation est chargée d'expliquer les politiques de l'Union européenne et de

rendre l'Europe plus compréhensible et plus proche des citoyens. Elle joue un rôle essentiel dans la mise en œuvre du plan d'action en matière de communication adopté par la Commission en juillet 2005 à l'initiative de sa vice-présidente Margot Wallström.

La Représentation s'adresse aux médias nationaux et fournit des informations sur l'Europe par l'intermédiaire d'un réseau de points d'information officiels, comme les relais «Europe Direct», les structures d'aide aux entreprises et les services éducatifs. Elle a également pour mission de communiquer à la Commission des informations sur les orientations et les tendances de l'opinion publique au Luxembourg.

Originaire de la Communauté germanophone de Belgique, Ernst Moutschen, 53 ans, est actuellement en charge du sec-

teur «Vente» à l'Office des publications à Luxembourg. Auparavant, il a occupé durant 7 ans le poste d'Adjoint au Chef de la Représentation de la Commission au Luxembourg. Fonctionnaire européen depuis 1989, il a commencé sa carrière dans les institutions à Eurostat, l'Office statistique de l'Union européenne.

Le siège de la Représentation de la Commission au Luxembourg est actuellement situé au Bâtiment Jean Monnet à Luxembourg-Kirchberg. Dans quelques semaines, le Bureau d'information du Parlement européen et la Représentation de la Commission déménageront dans la «Maison de l'Europe» au n° 7 de la rue du Marché-aux-Herbes, au centre de la ville de Luxembourg.

(Communiqué par la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg) ■

Politique audiovisuelle de l'Union européenne

Révision de la directive télévision sans frontières (TVSF)



La Commission européenne a présenté une proposition en vue de mettre à jour la directive «Télévision sans frontières» de 1989, pour tenir compte de l'évolution technologique et commerciale rapide du secteur audiovisuel européen.

Conformément au principe «mieux légiférer», la proposition

visait à réduire la charge imposée par les réglementations qui pèsent sur les fournisseurs de services de télévision et de type télévisuel en Europe, et à faciliter le financement de contenus audiovisuels par de nouvelles formes de publicité. La proposition uniformisera également les conditions pour toutes les entreprises offrant des ser-

vices de type télévisuel, quelle que soit la technique utilisée (radiodiffusion, large bande à haut débit, téléphonie mobile de troisième génération, ...). C'est la raison pour laquelle la Commission propose de remplacer les règles nationales disparates sur la protection des mineurs, contre l'incitation à la haine raciale et contre la publicité clandestine par une protection communautaire minimale des services audiovisuels fournis à la demande.

Cette nouvelle approche accélérera la mise en place d'un mar-

ché unique continu pour les services de télévision et de type télévisuel, et assurera l'existence d'un secteur européen du contenu fort et créatif.

Mme Viviane Reding, membre de la Commission responsable de la Société de l'information et des Médias, a déclaré ce qui suit: «Mon but est de voir prospérer l'industrie européenne du contenu audiovisuel dans un cadre réglementaire parmi les plus modernes et les plus souples du monde... Les nouvelles règles créeront des possibilités dans le domaine du multimédia,

promouvront la concurrence et le choix des consommateurs, tout en favorisant la réalisation d'objectifs d'intérêt public tels que la protection des mineurs et la diversité culturelle. Les règles existantes, qui sont dépassées par l'évolution technique et commerciale, doivent être supprimées pour permettre de faire un pas décisif vers des médias audiovisuels sans frontières dans le marché unique européen».

(Communiqué par la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg) ■

La proposition de la directive peut être commandée
auprès de l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce,
tél.: 42 39 39-333, fax: 43 83 26, e-mail: eic@cc.lu

ENTREPRISE JACQUES STREFF

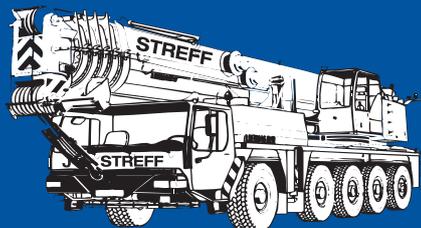
Z.A. "Gadderscheier"
Boîte Postale 10
L-4501 Differdange

Téléphone: 22 41 08 - 1

Téléfax: 40 28 26

www.jacques-streff.lu

e-mail: jastreff@pt.lu



1934-2004



- **Location grues télescopiques de 25 à 750 to.**
- **Entreprise spécialisée de tous travaux de montage et de démontage pour l'industrie et le particulier.**
- **Montage d'éléments en béton préfabriqué et tous travaux de levage.**

L'approche par



objectifs

de la formation



Pour être efficace, la formation doit répondre à des objectifs clairement identifiés par les différents acteurs concernés, du commanditaire à l'animateur de l'action, en passant par le ou les managers directs des formés et par les formés eux-mêmes.

Rappelons notre vocabulaire en matière d'objectifs:

- Les objectifs à l'origine de la demande le(s) but(s) visé(s), il s'agit de ce que nous appelons les **objectifs finals** (au sens de finalité: améliorer une productivité, réduire les rebuts, augmenter une rentabilité, réduire un absentéisme, diminuer les erreurs...); à ce niveau, notre interlocuteur est le commanditaire et si, par confusion des responsabilités, il nous parle moyens en nous citant le titre d'un stage à faire suivre, nous le ramènerons sur ses responsabilités en lui faisant exprimer ses objectifs finals et en lui demandant de faire construire, par ses collaborateurs, un plan de changement visant ces objectifs.
- Les objectifs spécifiques à chaque moyen intégré du plan de changement, ils sont intermédiaires; l'atteinte des objectifs finals en dépend, on parle généralement d'objectifs **opératoires de changement** (par exemple, installer un nouvel outil de travail, utiliser un nouveau critère dans l'appréciation des collaborateurs, informer toutes les semaines l'équipe sur les réclamations de la clientèle...); c'est la ligne managériale qui écrit et met en œuvre le plan de changement.
- Les **objectifs de formation**, ils font partie de la catégorie précédente; ce sont les objectifs opératoires de changement qui font appel à une compétence non détenue; la compétence ne peut s'exercer sur le terrain car des capacités sont manquantes, il manque des savoirs, des savoir-faire ou des savoir-être; si l'objectif de formation est atteint, on observera sur le terrain de nouveaux comportements, de nouvelles compétences; nous nous situons ici au niveau des managers terrain; ce sont eux qui peuvent dire à celui qui fait l'analyse de la demande, les compétences qui permettront d'atteindre les finalités souhaitées par le commanditaire.



- Les **objectifs pédagogiques** de chaque séquence de formation, il s'agit des classiques «à l'issue de la formation, être capable de...», ils ne servent qu'au moment du montage pédagogique, ils ne font pas partie de la phase d'analyse et n'ont pas à figurer sur le cahier des charges envoyé aux formateurs internes ou externes; il appartient d'ailleurs à cet acteur de transformer les objectifs de formation en objectifs pédagogiques; partant du niveau actuel des formés, connaissant les compétences que ceux-ci doivent développer sur le terrain, il écrit les capacités manquantes, donc les objectifs pédagogiques.

■ L'objectif de formation

Si l'on imagine aisément les trois autres types d'objectifs, la définition que nous donnons de «l'objectif de formation» mérite que nous nous y attardions. Souvent cette notion reste floue, est mal utilisée ou n'est pas utilisée; ce qui permet d'échapper au changement ou à l'évaluation (ceci est vrai, tant pour les formés et leur hiérarchie, que pour le formateur, interne ou externe).

Pour qu'un objectif final soit atteint, il faut bien souvent que des comportements nouveaux apparaissent:

- réaliser une opération que le collaborateur ne faisait pas précédemment;
- faire différemment quelque chose qu'il faisait déjà;
- abandonner les pratiques nuisibles ou coûteuses...

Ces évolutions attendues sont des objectifs opératoires de changement. Certains de ces objectifs

peuvent être atteints par d'autres moyens que la formation, car les capacités des acteurs ne sont pas en cause. En revanche, d'autres vont nécessiter une action de formation. Les compétences nécessaires ne sont pas exercées car il manque certaines capacités chez les acteurs. Nous proposons d'appeler, objectifs de formation, ces objectifs opératoires de changement qui nécessitent de nouvelles capacités.

L'objectif de formation est donc un objectif opératoire de changement dont l'atteinte n'est possible que par l'intermédiaire d'une action de formation. On remarquera que l'objectif de formation ne s'exprime pas en termes de connaissances à acquérir. Il ne s'exprime pas non plus en termes de programme. Il s'agit de comportements à observer ou de compétences à mettre en œuvre sur le terrain.

L'objectif de formation est plus exigeant que l'objectif pédagogique: il ne suffit pas que le formé «soit capable de...» (ce qui correspond à l'objectif pédagogique), mais il faut qu'il réalise vraiment, à son poste de travail, ce que l'on attend de lui.

Cette distinction est capitale. Elle permet de bien distinguer trois ingénieries en matière de management des ressources humaines:

- **l'ingénierie pédagogique:** celle qui doit développer la personne qui effectue le montage pédagogique, choisir les bons outils, les bonnes méthodes qui font qu'au sortir de la formation, le formé est capable de... L'ingénieur pédagogique, ou pédagogue est celui qui contribue à l'atteinte des objectifs pédagogiques; mais l'atteinte de

ces objectifs ne suffit pas à la réalisation des objectifs de formation (a fortiori à celle des objectifs finals);

- **l'ingénierie de formation:** celle que doivent, pour le moins, développer les responsables formation, les formateurs internes ou externes qui par leurs interventions, auprès des acteurs concernés, font qu'au poste de travail le formé met en pratique sa formation, elle se mène différemment; l'ingénieur de formation travaille sur la contractualisation de la formation, sur les entretiens avant et après formation, sur les référentiels, il sait lister les capacités nécessaires à une compétence donnée; c'est lui qui aide les acteurs du terrain à atteindre leurs objectifs de formation en travaillant notamment sur les relations entre le formé et son manager; il sait combattre la résistance au changement, mais l'atteinte des objectifs de formation ne suffit pas à la réalisation des objectifs finals;
- **l'ingénierie du changement:** celle que développent les consultants internes (lorsqu'ils existent dans l'entreprise) ou les consultants externes (lorsque l'entreprise achète leurs services). Leurs interventions, leurs conseils, leur assistance vont permettre à leurs clients de réaliser les objectifs finals. Ce sont des stratégies du changement qui préconisent des démarches globales et aident leurs clients à prévoir, au-delà des changements du personnel par la formation (action sur le sous-système humain), les modifications des trois autres sous-systèmes, technique, organisationnel et social nécessaires à l'atteinte des objectifs finals.

Lors du travail avec le commanditaire ou avec les acteurs du terrain, la démarche globale suggérée par le modèle sociotechnique

que, et cette approche par objectifs seront à faire partager. Il s'agit là d'une condition de réussite des actions de formation. C'est le responsable formation qui veillera au partage de ces notions par l'ensemble des acteurs impliqués dans les changements.

■ Les missions du responsable formation

Les entreprises disposent rarement, dans leur structure, de consultants internes. Leur encadrement n'est pas toujours conscient de la nécessité des démarches systémiques. Non seulement l'encadrement ne met pas en œuvre des démarches globales, mais de plus il ne présente pas le réflexe d'acheter ces compétences à l'extérieur. Le manque qui en résulte dans

les opérations de formation ou de changement, entraîne une absence d'efficacité. Par sa formation initiale qui souvent ne l'a pas préparé à cela, le responsable formation n'exerce généralement pas ces compétences. Il se rend alors très vite compte de l'inefficacité de certaines de ses actions. S'il mène un regard critique sur sa pratique et travaille avec lucidité dans la recherche de la satisfaction de ses clients internes, il va déboucher sur son propre développement de compétences. Il va acquérir les capacités manquantes et se rendre plus utile à son organisation. Aujourd'hui, les entreprises devraient attendre de leur responsable formation et de leurs formateurs internes, rattachés au système centralisé de formation, des compétences en ingénierie du changement.

Lors de nos formations, nous rencontrons souvent des responsables formation qui nous disent hésiter «à se mêler de ce qui ne les regarde pas». Selon eux, agir sur les acteurs pour que ceux-ci développent une approche systémique ne fait pas partie de leurs missions; ils devraient, toujours selon eux, limiter leurs actions aux seuls changements du sous-système «humain». Selon nous, le responsable formation, s'il veut être utile à son entreprise, est «condamné» à se transformer en consultant interne. C'est d'ailleurs cette mission qui fait toute la richesse du métier.

*Jacques Soyer,
consultant indépendant,
formateur à l'IFCC*

(site: www.jsconseil.com) ■

Le gouvernement a tranché: le site de Belval-Ouest hébergera, en tant que site unique, l'Université du Luxembourg

Enseignement supérieur

Le site de Belval accueillera l'Université du Luxembourg

Dans sa réunion du 23 décembre 2005, le conseil de gouvernement a décidé que le site de Belval-Ouest hébergera, en tant que site unique, l'Université du Luxembourg et accueillera donc la Faculté des Sciences, de la Technologie et de la Communication, la Faculté des Lettres, des Sciences humaines, des Arts et des Sciences de l'éducation ainsi que le rectorat.

Selon le gouvernement le choix du site universitaire doit répondre à trois objectifs: favoriser la vie étudiante, favoriser l'enseignement et créer un environnement intégré de recherche. Par ailleurs, trois critères ont été jugés particulièrement importants:

- le facteur «temps»: le programme de construction doit être réalisé dans des délais rapprochés pour

permettre à l'université de se développer; il s'agit de permettre l'extension de l'université qui, déjà à l'heure actuelle, souffre d'un manque d'espace et de montrer clairement la priorité politique que le gouvernement accorde au projet universitaire;

- le facteur «coût»: l'infrastructure doit être réalisée au meilleur rapport qualité-coût et au meilleur rendement d'exploitation pour ne pas hypothéquer d'autres priorités du gouvernement;
- le facteur «IVL – aménagement du territoire»: le site universitaire doit être bien raccordé aux transports publics, contribuer au développement équilibré du pays et s'inscrire dans une politique de déconcentration et de régionalisation.



Cependant, vu que l'implantation de l'université sur le site de Belval-Ouest prendra un temps certain, vu qu'il est essentiel d'utiliser l'infrastructure existante et de faire des économies d'investissement et vu l'importance de la proximité des instituts bancaires et



des institutions européennes pour les formations en droit, en économie et en finances, le gouvernement a décidé d'implanter provisoirement la Faculté de Droit, d'Économie et de Finances à Luxembourg-Limpertsberg. Comme ce site n'est cependant pas conforme aux critères IVL, la question du site défini-

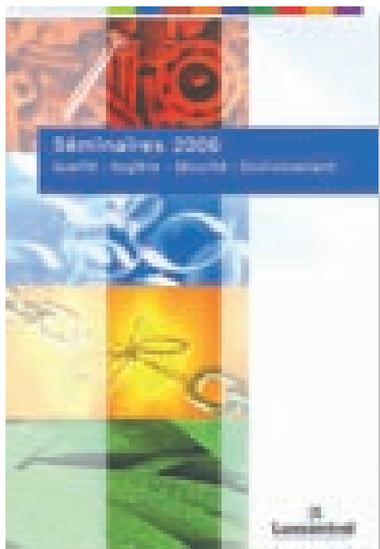
tif de la Faculté de Droit, d'Économie et de Finances sera rediscutée à l'horizon 2009, date à laquelle le gouvernement entend évaluer la mise en œuvre de la loi du 12 août 2003 portant création de l'Université du Luxembourg.

Le fonds Belval a été invité à réaliser sans tarder l'implantation

des facultés «Science, Technologie et Communication» et «Lettres, Sciences humaines, Arts et Sciences de l'éducation» ainsi que des infrastructures de recherche des Centres de recherche publics qui formeront la Cité des sciences, de la recherche et de l'innovation. ■

Luxcontrol

Catalogue 2006 des formations de Luxcontrol: nouveau look, nouvelle structuration, nouveaux sujets



Leader au Luxembourg dans le domaine des services pour la gestion et la maîtrise des risques Qualité, Hygiène, Sécurité et Environnement (QHSE), Luxcontrol offre depuis 8 ans, en complément à ses prestations techniques de conseil, de contrôle, de réception, d'inspection et d'analyse, une large palette de formations. Comme au début de chaque année, Lux-

control réédite son catalogue des séminaires. En tenant compte des résultats des enquêtes de satisfaction réalisées en 2005 auprès de sa clientèle, le catalogue 2006 a été harmonisé, les modules ont été refondus, des nouveaux thèmes initiés et les valeurs sûres renforcées. En plus du rafraîchissement graphique du catalogue, les nouveautés se situent au niveau de la structuration de l'offre ainsi qu'à celui des modules proposés.

Alors que le fil conducteur reste toujours le management QHSE, les modules de formation sont regroupés suivant 3 grands thèmes:

- Législation & Réglementation
- Normes & Référentiels
- Amélioration continue

8 nouveaux sujets ont été retenus dans le programme 2006:

- Les machines, les équipements de travail et leur mise en conformité
- Le référentiel VCA: le passeport Sécurité Santé

Environnement des sous-contractants

- Le système de management de la sécurité alimentaire: introduction à la nouvelle norme ISO 22000
- La gestion de la sécurité lors de l'intervention d'une entreprise extérieure
- Le développement durable en entreprise: finalité, démarche et performances
- Manager réellement la qualité
- La validation de méthodes et estimation d'incertitudes en chimie analytique
- Le formateur occasionnel

Reconnu au Grand-Duché ainsi qu'en France comme organisme agréé de Formation Professionnelle Continue, toutes les formations de Luxcontrol ont été conçues et réalisées par ses propres experts et sont réalisables aussi bien en inter- qu'en intra-entreprises. De plus, elles peuvent être adaptées aux secteurs d'activité des clients afin de satisfaire encore plus à leurs exigences spécifiques. ■

Le catalogue peut être commandé par fax au 54 77 11-266 ou téléchargé du site Internet: www.luxcontrol.com. L'inscription en ligne pour les différents modules est possible.

Intégration des étrangers: Subventions pour l'apprentissage du luxembourgeois

Dans le cadre de la stratégie européenne en faveur de l'emploi visant notamment à promouvoir une culture de formation tout au long de la vie, à encourager la capacité d'adaptation des entreprises et de leurs salariés et à lutter contre toute forme de discrimination sur le marché de l'emploi, le gouvernement luxembourgeois a décidé d'accompagner financièrement des efforts en matière d'intégration des étrangers par l'apprentissage de la langue luxembourgeoise.

Des crédits budgétaires correspondants ont été confiés dans la suite au Ministère du Travail et de l'Emploi: ainsi l'article 16.0.33.014 du Budget des recettes et des dépenses de l'Etat

pour les exercices 2004 et 2005 prévoyait une «participation dans l'intérêt de l'organisation de cours de langue luxembourgeoise dans l'intérêt de la politique d'intégration des étrangers» d'un montant de € 100.000 par an.

Alors que l'appel public à projets avait connu un succès relativement modeste en 2003, le Ministère du Travail et de l'Emploi a reçu 13 demandes de subvention pour l'année 2004, suite notamment à des annonces publiées dans les périodiques des organisations patronales luxembourgeoises et 26 demandes en 2005. Les entreprises ayant demandé une subvention en relation avec l'apprentissage de la langue luxembourgeoise par leurs salariés proviennent des secteurs d'activité suivants: com-

merce, bâtiment, secteur bancaire, hospitalier, activités de conseil juridique et/ou comptable, informatique. Pour l'année 2006, le Ministère du Travail et de l'Emploi dispose à nouveau d'un crédit budgétaire de € 150.000 en vue de soutenir l'organisation de cours de langue luxembourgeoise dans l'intérêt de la politique d'intégration des étrangers.

Seront seuls pris en considération les projets de formation qui se déroulent au cours de l'année 2006. Seront irrecevables les projets qui font déjà l'objet d'un autre cofinancement public, notamment dans le cadre de la loi modifiée du 22 juin 1999 ayant pour objet le soutien et le développement de la formation professionnelle continue. ■

Les propositions doivent être remises au Ministère du Travail et de l'Emploi
(à l'attention de Mme Valeria Berrini du Département Emploi)

pour le 15 décembre 2006 au plus tard, le cachet de la poste faisant foi.

Le formulaire de candidature est disponible sur le site web du Ministère du Travail et de l'Emploi:
<http://www.mt.etat.lu/Nouveausurserveur/new0.htm>

P4086800FA

- Traduction toutes langues et tous domaines
- Mise à disposition d'interprètes de conférence
- Mise à disposition de matériel de conférence
- Mise à disposition de matériel audio-visuel
- Organisation de conférences
- Cours de langues en entreprise et aux particuliers



Tél.: 26 10 84 54
Fax: 26 10 84 55
52, rue de Koerich
L-8437 Steinfort
E-mail: info@transat.lu
www.transat.lu

Nouvelles sessions 2006

INFPC: Formation sur la gestion des ressources humaines en petites entreprises

En 2006, l'Institut National pour le développement de la Formation Professionnelle Continue (INFPC), en collaboration avec le Conservatoire National des Arts et Métiers de Lorraine (CNAM Lorraine), propose deux nouvelles sessions de la formation «Agir pour les compétences», un module destiné aux très petites, petites et moyennes entreprises pour optimiser leur gestion des ressources humaines.

D'une durée de 4 jours, la formation-action vise à apporter des réponses concrètes et individuelles en termes d'outils et de méthodes pour, entre autres, la construction d'un référentiel de poste, la mise en place d'un profil de poste, la construction d'une démarche d'entretien annuel ou encore la définition des besoins en formation professionnelle continue.

Afin de permettre une appropriation progressive de la méthode tout en respectant les exigences de

disponibilité en entreprise, les 4 jours de formation s'échelonnent sur 3 à 4 mois avec 2 demi-journées d'accompagnement, dont une en situation réelle dans l'entreprise.

La formation s'adresse à tout dirigeant de TPE/PME ou tout collaborateur ayant la responsabilité d'une gestion d'équipe. Le droit d'inscription s'élève à 1.900,00 € HT. La première session débutera le 8 mars 2006 et la seconde le 26 septembre 2006. ■

Pour plus de renseignements, consultez les sites www.lifelong.learning.lu et www.infpc.lu ou contactez Claude Cardoso, chef de projet (46 96 12-201; claudio.cardoso@infpc.lu).

15. und 29. März 2006

Seminar: Dienstleistung, **(k)eine Frage!?**

Im westeuropäischen Umfeld steht der Dienstleistungs-Gedanke als wesentliche Größe für Erfolg in der Zukunft. Doch wie wird man zum erfolgreichen Dienstleister?



Fallende Margen, steigende Konkurrenz, Austauschbarkeit von Produkten... Sie kennen das.

Ebenso wie andere Unternehmen, die dann „über Nacht“ zum Dienstleister in Sachen X oder Y wurden. Sie haben es bestimmt auch schon erlebt, dass Sie dann Ihren „Dienstleister“ anriefen – und etwas erlebten!

Unangefochten ist wohl die Feststellung, dass in unserem westeuropäischen Umfeld der Dienstleistungs-Gedanke als wesentliche

Größe für Erfolg in der Zukunft steht. Dies trifft meines Erachtens für den Standort Luxemburg mindestens ebenso zu wie für die Nachbarn.

Ebenso unbenommen dürfte es sein, diese Veränderung in Angriff nehmen zu müssen, um auch weiterhin im offenen Markt eine Rolle zu spielen oder wieder zu spielen.

Reicht hierzu der Austausch des Etikettes, um sich vom Hersteller und/oder Lieferanten zum Dienstleister zu wandeln? Was bedeutet dies für jedes Unterneh-

men bzw. Institution? Ist das Einrichten von „Call-Centern“ das Wundermittel hierfür? Sind Internet, Intranet und e-mail die Garanten für die sich unterscheidende Dienstleister?

Der Begriff Dienstleister bzw. seine Wortbestandteile beschreiben so treffend eindeutig dessen echten Gehalt. Dienst leisten oder Dienen und Leisten. Diesem ist im Prinzip nichts hinzuzufügen.

Wie ihn aber mit Leben füllen? Wie ihm einen echten Inhalt im Geschäftsalltag geben?

Der erste und wichtigste Schritt auf dem Weg zum professionellen Dienstleister ist das Bewusstmachen innerhalb einer Gruppe, innerhalb eines Unternehmens. Die Erarbeitung von und Verständigung auf gemeinsame Grundwerte, Einstellungen und Verhalten innerhalb der Gesamtheit der Mitarbeiter. Die Etablierung von „Transpondern“ (formelle und informelle Führungskräfte)

innerhalb des Unternehmens, die sich für die Weiterleitung dieses Gedankens, dessen Nachhaltung durch Verfestigung einsetzen und verantwortlich fühlen. – Eine große, aufwendige und Zeit in Anspruch nehmende Aufgabe. Eine Investition, die zielgerichtet und konsequent zu betreiben ist.

Eine Arbeit auch, die viel Engagement verlangt und den absoluten Willen, das Ziel zu erreichen, um sich somit wirklich in Sachen Dienstleistung von anderen abzuheben. Eine Arbeit, die auch mit Rückschlägen verbunden ist. Denn, die Mentalitäten von Menschen zu ändern, sie zu bewegen, sich zu bewegen, ist eine der schwierigsten Aufgaben; das Ablassen von ach so lieb gewordenen Gewohnheiten, etwas Neues bewusst und aktiv mitgestalten, gleichzeitig eine große Herausforderung. Unabdingbare Voraussetzung hierfür ist der unbeugsame Wille des/der Verantwortlichen eines Organis-

mus und deren uneingeschränkte Mitarbeit.

Dienstleistung ist der Challenge für uns alle, die wir im gesellschaftlichen Umfeld wirken. Die Ersten auf diesem Gebiet werden die Lokomotive sein, die Gewinner. Übrigens – es ist nachgewiesen: Dienstleistung und Kundenbindung stehen in direktem Zusammenhang!

Wie positionieren Sie sich und Ihr Unternehmen? Was fehlt Ihnen dazu, diesen Wandel innerhalb Ihres Verantwortungsbereiches aktiv und bewusst anzupacken? Die Zukunft aktiv zu gestalten, ist das Kernstück des Unternehmertums. Oder fühlen Sie sich schon als die N°1 in Ihrem Umfeld? Wenn nicht, wann packen Sie es an? Wann erklären Sie sich zum „Dienstleistungs – Beauftragten“ Ihres Unternehmens? Wie wär's mit einer „Frühjahrskur“ in Sachen Dienstleistung?

*Manfred Wöltche,
I.B.C.C. s.a. ■*

Sollten Sie Interesse für dieses Thema bekunden, möchten wir Sie darauf hinweisen, dass vom IFCC am 15. und 29. März 2006 folgendes Seminar organisiert wird:

DER WEG ZUR DIENSTLEISTUNGS-FÜHRERSCHAFT

Ziel: Die Wichtigkeit des Dienstleistungs-Gedankens für den Erfolg des Unternehmens, die Kundenbeziehung und sich selbst zu erkennen

Programm:

- Das „Magische Dreieck“ zwischen Dienstleistung – Persönlichkeit – Erfolg
- Dienstleistung als wesentlicher Teil von Management-Kompetenz / Sozialer Kompetenz
- Dienstleistung als wesentlicher Faktor zur Kundenbindung
- Die Dienstleistung verbessern heißt nachhaltig das Ergebnis verbessern
- Der Dienstleistungsgedanke als Fundament der Unternehmenskultur
- Gelebte Dienstleistung und ihr Einfluss auf das eigene Wohlbefinden

Seminarleiter:
Manfred Wöltche

Sprache: Deutsch

Dauer: 2 Tage

Termine: 15. und 29. März 2006

Teilnahmegebühr:
300 €, inklusive Arbeitsunterlagen,
Pausengetränke und Mittagessen

Zeit:
8.30 - 12.30 Uhr
und 13.30 - 17.00 Uhr

Seminarort:
Centre de Formation
de la Chambre de Commerce
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg

Maximale Teilnehmerzahl: 13

Einschreibung: www.ifcc.lu • **Weitere Informationen:** Institut de Formation de la Chambre de Commerce
Eliane Theis • **Tel.:** 42 39 39-225 • **E-mail:** eliane.theis@cc.lu

Formation en «**Management des compétences**»

L'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC), en collaboration avec son partenaire académique l'Institut Commercial de Nancy – Ecole de Management (ICN), ainsi que les sociétés de consultation Praxis Management et PricewaterhouseCoopers, lancera à partir du mois de mars 2006 la formation «Management des compétences».

La formation a comme objectif de transmettre au participant

les compétences nécessaires afin de mettre en place, de développer ou de perfectionner le management des compétences de son entreprise. Elle cible les directeurs et responsables des ressources humaines, ainsi que les dirigeants de PME/PMI.

Le programme de formation est composé de 5 modules qui visent au-delà de l'acquisition du seul savoir, le savoir-faire du participant:

tion et de vérifier la transformation des acquis en compétences opérationnelles. Il comprend une évaluation en continue et la présentation d'un mémoire professionnel auprès d'un jury composé de représentants de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce, de l'ICN Ecole de Management, de Praxis Management et de PricewaterhouseCoopers.

La réussite au contrôle des compétences acquises est sanctionnée par un certificat de compétence professionnelle en «Management des compétences» émis par l'ICN Ecole de Management et l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce.

La formation d'une durée de 12,5 jours commencera le 13 mars 2006 et s'étalera sur 3,5 mois. Le candidat peut s'inscrire au module répondant à ses préoccupations professionnelles du moment ou bien au cycle entier.

Afin de préserver un degré d'interactivité élevé, le nombre de participants prévus pour la session 2006 est limité en principe à 15 personnes. ■

	Intitulé	Durée
Module 1	La mobilité et la gestion des carrières	20 heures
Module 2	La culture et les comportements dans l'entreprise	20 heures
Module 3	La politique de formation	20 heures
Module 4	La politique de communication et le pilotage du changement	20 heures
Module 5	Les systèmes d'information et la performance en ressources humaines	20 heures

L'approche pédagogique pragmatique de cette formation permet de dépasser le stade de la simple transmission de connaissances et d'atteindre celui de l'application des concepts enseignés dans le concret de l'activité professionnelle des participants. Elle met en

œuvre des instruments multiples et variés: une documentation étoffée, des études de cas avec correction, des jeux de rôle, ainsi que des mises en situation.

Le mode d'évaluation prévu permet de mesurer de manière très concrète l'efficacité de la forma-

Pour de plus amples renseignements, prière de bien vouloir contacter:

Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Mlle Eliane Theis

7, rue Alcide de Gasperi – Luxembourg/Kirchberg – L-2981 Luxembourg

Tél.: (+352) 42 39 39-225 – Fax: (+352) 42 39 39-820

E-mail: eliane.theis@cc.lu – Site Internet: www.ifcc.lu



PROGRAMME DE FORMATION 2006

INTITULÉ	DATES	HEURES	PRIX
MANAGEMENT DE LA QUALITE			
Mettre en place un système qualité ISO 9001	9/02; 9/03; 6/04; 11/05; 1/06; 6/07/2006	8.30 - 17.00	950 €
La rédaction graphique des procédures	16/03/2006	8.30 - 17.00	175 €
RESSOURCES HUMAINES			
Erfolgreiche Interviews bei der Einstellung von Mitarbeitern	23,24/02/2006	8.30 - 17.00	350 €
Mitarbeitergespräch	22,23/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
Comment élaborer des fiches descriptives de postes et de fonctions	23,24/03/2006	8.30 - 17.00	350 €
MARKETING ET COMMERCIAL			
L'attitude ou le rôle du technicien en clientèle	21/02/2006	8.30 - 17.00	175 €
Techniques des études de marché	21/03/2006	18.30 - 21.00	150 €
Accueillir et vendre en magasin	23/03/2006	8.30 - 17.00	175 €
Vendre avec succès	23,24/03/2006	8.30 - 17.00	350 €
ACHATS ET LOGISTIQUE			
Toutes les facettes de la bonne organisation d'achat	15/02/2006	8.30 - 17.00	175 €
L'acheteur efficace	28,29/03/2006	8.30 - 17.00	350 €
SECURITE ET ENVIRONNEMENT			
Abfallwirtschaft im Betrieb	10/03/2006	8.30 - 17.00	175 €
Formation aux gestes de premiers secours - «Sauveteur, Secouriste du travail»	15/03/2006	13.00 - 17.00	250 €
	16/03/2006	8.30 - 16.30	
Brandschutz-Management und Erstellung sicherheitsrelevanter Pläne	24/03/2006	8.30 - 17.00	175 €
DROIT			
Dispositions légales et réglementaires du contrat de travail	6/03/2006	8.30 - 17.00	250 €
	7/03/2006	8.30 - 12.30	
Le droit contractuel	13,15,20,22,27/03/2006	18.30 - 20.30	200 €
Responsabilités juridiques du dirigeant d'entreprise	22/03/2006	8.30 - 17.00	175 €
GESTION COMPTABLE ET FINANCIERE			
Finances pour dirigeants: Quelles informations pour diriger votre entreprise?	9,10/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
FISCALITÉ			
Déclaration de TVA	15/03/2006	8.30 - 17.00	175 €
Aides fiscales aux entreprises	22/03/2006	8.30 - 17.00	175 €
ORGANISATION ET EFFICIENCE PERSONNELLE			
Gestion du stress et stratégies de réussite	23,24/02/2006	8.30 - 17.00	300 €
Techniques de lecture rapide	7,9,14/03/2006	18.30 - 21.00	150 €
Gesund durch den Arbeitsalltag	21,22/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
RELATIONS PROFESSIONNELLES			
Die qualifizierte Sekretärin	6,7/03/2006	8.30 - 17.00	350 €
Der Weg zur Dienstleistungs - Führerschaft	15,29/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
Von der Fach- zur Führungskraft	21,22/03/2006	8.30 - 17.00	350 €
COMMUNICATION ECRITE ET ORALE			
Savoir-faire au téléphone	16,17/02/2006	8.30 - 17.00	350 €
Comment récupérer efficacement ses créances par téléphone	22/02/2006	8.30 - 17.00	175 €
Erfolgreicher telefonieren im Beruf: Kundenorientierung am Telefon	13,14/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
Savoir communiquer dans la vie professionnelle	13,20/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
Grundlagen wirksamer Kommunikation mit Vorgesetzten	16,17/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
Verhandlungen strukturiert führen	20,21/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
Prise de parole en public	22,23/03/2006	8.30 - 17.00	300 €
Résoudre les situations conflictuelles	22,23/03/2006	8.30 - 17.00	350 €
BUREAUTIQUE			
Initiation au PC et à l'environnement Windows	13,14/02/2006	8.30 - 17.00	390 €
Faites vos premiers pas sur Internet	16/02/2006	18.00 - 21.00	120 €
La recherche efficace sur Internet	23/02/2006	18.00 - 21.00	120 €
Initiation à Outlook	20/02/2006	8.30 - 17.00	200 €
Initiation à Word	6,7/03/2006	8.30 - 17.00	390 €
Introduction à la création d'un site Internet	9/03/2006	18.00 - 21.00	120 €
Initiation à Excel	13,14/03/2006	8.30 - 17.00	390 €
Initiation à PowerPoint	31/03/2006	8.30 - 17.00	200 €

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

8 février 2006

Conférence: Le management des compétences, **un outil au service des PME-PMI!**

A l'occasion du lancement de la formation «Management des compétences», l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce organise une conférence intitulée «Le management des compétences: un outil, au service des PME-PMI!» qui se tiendra le mercredi 8 février 2006 de 14.45 à 17.30 heures au Centre de Conférences de la Chambre de Commerce, 7 rue Alcide de Gasperi, Luxembourg-Kirchberg.

La réalisation d'objectifs stratégiques tels que le renforcement de la qualité des produits et des services, l'innovation, la conquête de nouveaux marchés et la rationalisation des coûts exigent des équipes compétentes et un mana-

gement capable de fidéliser les talents. Pour assurer le développement durable de leur activité, préparer une cession ou une acquisition d'entreprise, repositionner les activités sur de nouveaux marchés, les dirigeants sont amenés à évaluer les compétences disponibles et les compétences à développer pour faire face à ces enjeux.

Un management des compétences efficient permettra à l'en-

treprise de rester compétitive dans un environnement incertain et en permanente évolution.

Cette conférence a pour objectif de présenter à partir d'exemples simples et concrets, les enjeux du management par les compétences, la méthode à suivre pour construire son propre système ainsi que son application dans le cadre des activités d'une PME/PMI. ■

Programme:

14h45: Accueil des participants

15h00: Mot de bienvenue de Paul Emering, Chargé de direction de l'IFCC

15h05: Le management des compétences: un outil, au service des PME-PMI! Bruno Manière et Gérard Thiry, Praxis Management

16h15: Un exemple d'application concret auprès d'une PME, Serge Ceurvels, Directeur, PricewaterhouseCoopers

16h45: Présentation de la formation «Management des compétences», Mohamed Bayad, Directeur de l'IAE de Nancy, Intervenant de l'ICN

17h30: Verre de l'amitié, échange de vues et networking

Pour de plus amples renseignements, prière de bien vouloir contacter:
 IFCC – Mlle Eliane Theis – L-2981 Luxembourg
 tél.: 42 39 39-225, e-mail: eliane.theis@cc.lu,
 Inscriptions on-line: www.ifcc.lu

Le catalogue des **formations bancaires 2006** vient de paraître

Pour la première fois, l'Institut de Formation Bancaire Luxembourg vient de publier un catalogue regroupant toutes ses formations pour l'année 2006. Cette brochure est un véritable guide pour toute personne souhaitant acquérir ou approfondir ses connaissances dans le domaine bancaire. Institut de référence en matière de formation bancaire, l'IFBL a adapté son offre aux mutations du marché de l'emploi en proposant des formations courtes et ciblées afin que les employeurs du secteur soient en mesure de répondre à la reprise économique en rendant rapidement opérationnels les salariés nouvellement recrutés.

Le nouveau catalogue présente de façon détaillée pas moins de 70 cours individuels offrant la possibilité de construire un parcours de formation à la carte. Pour orienter le lecteur dans sa recherche, les modules sont classés en quatre grandes catégories: «culture financière», «marchés et finance», «produits bancaires et financiers» et «supports et services de la banque». Parallèlement, le catalogue propose des parcours «pré-construits» permettant une familiarisation avec tous les aspects d'un métier, d'une activité ou d'un produit.

Fidèle à sa mission de former chaque employé du secteur bancaire à son environnement, l'IFBL offre la possibilité d'acquérir des

bases dans toutes les branches d'activités et ensuite de se spécialiser dans la branche de son choix grâce aux parcours thématiques ou aux parcours métiers. En outre, le catalogue présente les différentes certifications que l'IFBL dispense en partenariat avec des associations professionnelles du secteur. Ces cycles préparent généralement à des examens reconnus à l'échelle sectorielle voire internationale. Essentiellement orientés vers la pratique, les cours dispensés par l'IFBL sont parfaitement adaptés à la vie professionnelle quotidienne des participants et facilitent ainsi la mise en application des connaissances acquises. Pour cela, l'IFBL a confié l'enseignement de ses cours à des formateurs spécialisés qui sont des praticiens.

La principale nouveauté pour 2006 concerne le large choix des parcours de formation que l'IFBL organise. Conscient que les salariés de la place financière de Luxembourg jouent un rôle prépondérant sur le plan de la compétitivité financière internationale, l'IFBL donne aux employeurs les moyens de développer les compétences de leurs collaborateurs. Pour obtenir le catalogue des formations 2006 de l'IFBL, vous pouvez soit télécharger sa version interactive sur le site Internet www.ifbl.lu, soit adresser une demande à l'adresse mail suivante customer@ifbl.lu afin d'en recevoir une version imprimée. ■



REGLER

DIE BÜROMACHER

DIE NR. 1 IM WIRTSCHAFTSRAUM
SAAR-LOR-LUX-TRIER-WESTPFALZ

BÜROBEDARF

Techn. Papiere

Bürobedarf + EDV-Zubehör

Fon (06861) 920-800 • Fax (06861) 920-931

BÜROTECHNIK

Kopieren + Drucken + Faxen

digitale Produkte

Fon (06861) 920-444 • Fax (06861) 920-940

BÜROMÖBEL

Samasoffice

Büro-Planung + Einrichtung

Fon (06861) 93997-0 • Fax (06861) 93997-50

Büro-Centrum

66663 Merzig, Hausbacher Strasse

Fon (06861) 920-0 • Fax (06861) 920-920

<http://www.regler.de> • post@regler.de

Recherche et développement

Jeannot Krecké signe une convention pour soutenir les efforts de R&D de **HITEC Luxembourg** S. A.



© Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur (ECO)

Le Ministre de l'Économie et du Commerce extérieur Jeannot Krecké entouré (de g. à dr.) de M. Marco Walentiny, Chargé de la direction de la recherche et de l'innovation auprès du Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur et MM. Pierre Hirtt et Yves Elsen, administrateurs délégués de la société HITEC Luxembourg S.A.

Le ministre de l'Économie et du Commerce extérieur Jeannot Krecké a signé fin décembre 2005, avec MM. Pierre Hirtt et Yves Elsen, administrateurs délégués de la société HITEC Luxembourg S.A., une convention relative à la réalisation d'un projet de Recherche et de Développement d'un coût total estimé à environ un million d'euros.

Les efforts de R&D de la société HITEC, soutenus par le ministère de l'Économie et du Commerce extérieur concernent une nouvelle méthode de classification de la structure des bourrages – matériaux, tels que le noir de carbone ou la silice, qui servent à renforcer le caoutchouc – par la mesure du volume d'échantillons comprimés (CVST: Compressed Volume Structure Test). Cette nouvelle méthode prendra en compte la modification réelle de la

structure des agrégats en fonction des procédés industriels employés par les producteurs de gommés et qui devrait donc permettre de nuancer plus finement l'emploi des différentes nuances de l'agrégat et d'obtenir des résultats plus concluants en termes d'optimisation des performances des produits finaux (le pneumatique en l'occurrence).

La société HITEC Luxembourg S.A. réalise ce projet R&D en collaboration internationale avec la société Degussa A.G. de Cologne dans le cadre de l'initiative intergouvernementale EUREKA. Cette multinationale est un producteur d'additifs chimiques inorganiques qui emploie près de 45.000 salariés à travers le monde et a réalisé un chiffre d'affaires de 11,2 milliards d'euros en 2004. Degussa dispose de 19 unités de production de noir de carbone sur 4 continents avec une capacité annuelle

de 1,4 million de tonnes. De plus, 9 usines de silices sur 3 continents, produisent environ 250.000 tonnes par an.

HITEC Luxembourg S. A. est une PME fondée en 1986 à capital 100 % luxembourgeois. Elle s'est développée dans les domaines de l'innovation, des produits de qualité et des services. Aujourd'hui, la société propose des solutions techniques dans différents domaines: équipements terrestres pour satellites, équipements spécifiques ou adaptés aux normes pour le test ou la mesure de propriétés physiques; elle se consacre à l'étude, le conseil et la gestion de projets. HITEC Luxembourg S.A. travaille dans les secteurs publics et privés tant au niveau national qu'international. Spécialisée dans la haute technologie, cette société a pour objectif de s'implanter durablement dans ce créneau, de développer son activité sur le plan international et de promouvoir le Luxembourg au travers de services et de produits innovants et de haute qualité. La société est certifiée ISO 9001: 2000. La certification couvre l'étude, l'analyse, le conseil, la production et la distribution de systèmes dans les domaines de la mécanique, l'électronique, les techniques de mesure physiques, les microprocesseurs et le traitement des données.

L'initiative intergouvernementale européenne EUREKA qui vient de fêter ses 20 ans d'existence, est un programme qui stimule la compétitivité de l'indus-

trie européenne par la promotion de projets transfrontaliers innovants. Elle permet aux industriels et aux instituts de recherche des 35 pays membres d'explorer en commun des technologies novatrices pour développer de nouveaux produits, procédés ou services.

Le projet R&D de HITEC Luxembourg S.A. et de Degussa A.G. est le 18^e projet à participation luxembourgeoise qui a été engagé depuis la création de l'initiative EUREKA en 1985.

«En signant cette convention, le gouvernement entend encourager ces travaux de recherche qui devront permettre à HITEC Luxembourg S.A. de maintenir son avance technologique en matière de production d'équipements de mesure hautement spécialisés pour l'industrie manufacturière et notamment les producteurs de matière première pour les caoutchoucs.

Ce projet de collaboration avec Degussa A.G. Cologne témoigne

de l'excellence technologique que nos entreprises réussissent à développer en s'associant à d'autres entreprises sur le plan international», a déclaré Jeannot Krecké.

«Le projet constitue une chance inouïe pour une PME de faire profiter une société multinationale d'une technologie inédite entièrement développée au Luxembourg», a conclu le ministre.

(Communiqué par le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur) ■

Réseau transfrontalier de la qualité

Lancement de

www.transqual.net

Dans le contexte économique actuel, la mise en place d'une démarche qualité devient vitale pour toutes les entreprises, même les plus petites. Dans tous les cas de figures le but est le même: réduction des coûts, augmentation du chiffre d'affaires, pérennité de l'entreprise et amélioration de l'image de l'entreprise. Lors de la mise en œuvre d'une démarche qualité, le besoin de sensibilisation et d'information est important. Pendant ces trois dernières années, le MLQ, le CRP Henri Tudor, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, la Chambre de Commerce et d'In-

dustrie de Meurthe-et-Moselle et la Chambre de Commerce et d'Industrie du Luxembourg belge ont développé des actions d'appui pour les organismes en démarche qualité qui ont abouti à la mise en place du nouveau portail transfrontalier de la qualité. L'objectif de www.transqual.net est de regrouper sur un même site l'information des trois pays que sont le Luxembourg, la Belgique et la France, en matière de management de la qualité.

Les systèmes de management, les outils, les méthodes et les retours d'expériences y sont présentés, ainsi qu'un annuaire des professionnels de la qualité. Une grande partie du



contenu du Guide Luxembourgeois pour la Qualité 2005 est également publiée sur le site. Pour plus d'informations: www.transqual.net. ■

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

besoin D'ESPACE ???

www.contimpex.lu

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

13 décembre 2005

Créer une **entreprise innovante** au Luxembourg



De g. à dr.:
 Frank Diederich
 (Mocom S.A.),
 Mario Grotz
 (Ministère de
 l'Économie et
 du Commerce
 extérieur),
 Catherine
 Delevoeye
 (Technoport
 Schlassgoart),
 Rachel Gaessler
 (Chambre de
 Commerce),
 Isabelle
 Schlessler
 (Luxinnovation)
 et Gérard
 Eischen
 (Chambre de
 Commerce)

Business Initiative asbl a organisé en collaboration avec la Chambre de Commerce du Luxembourg, Luxinnovation, le Technoport Schlassgoart, Ecostart et l'Université du Luxembourg une séance d'information sur le thème de: «Les outils d'aide à la création d'entreprises innovantes». Rachel Gaessler, manager d'1, 2, 3, GO a accueilli le public et présenté le réseau de coaches 1, 2, 3, GO et son parcours interrégional de plans d'affaires. Par le biais du réseau 1, 2, 3, GO, les créateurs d'entreprises innovantes de la Grande Région peuvent bénéficier d'un accompagnement gratuit dans l'élaboration de leur plan d'affaires. Puis, Isabelle Schlessler de Luxinnovation, l'Agence nationale de l'innovation

et de la recherche a mis l'accent sur la recherche de partenaires. Luxinnovation soutient le partage de l'expérience et du savoir-faire par la mise en relation des entrepreneurs avec des partenaires compétents afin de stimuler l'innovation et le développement économique dans les domaines technologiques. Ainsi, l'accompagnement et la maturation des projets luxembourgeois participant au parcours interrégional de plans d'affaires 1, 2, 3, GO est assuré par Luxinnovation. Gérard Eischen de l'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce du Luxembourg a, quant à lui, défini l'activité indépendante et expliqué les modalités à respecter pour concrétiser son projet. Il a, entre autres, clarifié le statut d'indépen-

dant, les qualifications exigées et les secteurs requérant une autorisation d'établissement.

«Un incubateur est souvent réduit à une fonction d'hébergement des start-up. Cependant, nous mettons également à disposition des créateurs des ressources humaines et du matériel», a expliqué Catherine Delevoeye du Technoport Schlassgoart. Trois formules de soutien sont proposées aux entrepreneurs:

- Pré-commercial – phase avant la création de l'entreprise
- 2. Start-up – phase de démarrage
- Haute croissance – phase de croissance.

Pendant la période de 2002-2005, le Technoport Schlassgoart a accueilli 214 start-up.

Mario Grotz du Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur a présenté Ecostart, l'infrastructure d'accueil du ministère. Celle-ci a deux fonctions: héberger et accueillir. Actuellement, un centre d'accueil existe à Foetz et héberge 5 start-up.

Une 2^e infrastructure est prévue à Esch-Belval. Les activités visées sont industrielles, artisanales et à caractère novateur. En fin de soirée, Frank Diederich de Mocom S. A. a témoigné de son expérience personnelle en tant que jeune entrepreneur et illustré son parcours avant et après la création. Un cocktail permettant d'approfondir les thèmes abordés et de poser des questions aux experts en la matière a clôturé la manifestation. ■



L'École de la Performance

Évoluer, c'est progresser!

Face à des marchés en évolution permanente, la Formation Professionnelle Continue représente pour l'entreprise un vecteur stratégique d'adaptation au changement. En investissant durablement dans son capital humain, l'entreprise accroît sa capacité de création de valeur, pérennise ses savoir-faire et s'ouvre de nouveaux horizons de développement.

Parce qu'elle favorise l'équilibre présent et futur entre les besoins et les ressources en compétences, la Formation Professionnelle Continue constitue une véritable École de la Performance pour l'entreprise et ses salariés.



www.lifelong-learning.lu

le portail de la Formation Professionnelle Continue

Infoline 26 20 40

7^e Programme-cadre européen de recherche et développement

Luxinnovation mobilise
les entrepreneurs et chercheurs
luxembourgeois en vue du futur

7^e PCRD et de l'initiative intergouvernementale Eurêka

Le Ministre
Jeannot Krecké
et Michel
Vieillefosse
découpent
ensemble le
gâteau
célébrant les
20 ans de
l'initiative
Eurêka



Luxinnovation – l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche – a organisé une conférence d'envergure nationale sur les programmes de recherche européens. Cet événement, placé sous le patronage de François Biltgen et Octavie Modert, Ministre respectivement Secrétaire d'Etat

à la Culture, l'Enseignement supérieur et la Recherche, et de Jeannot Krecké, Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, a réuni plus de 200 représentants de l'industrie, de l'artisanat et du commerce, des institutions de la recherche publique ainsi que des autorités nationales.

La coopération en matière de R&D est devenue l'une des prio-

rités majeures de la Commission Européenne dans le cadre du réexamen à mi-parcours des objectifs de Lisbonne. Les 6^e (2002-2006) et futur 7^e (2007-2013) Programmes-Cadres de Recherche et Développement Technologique, et l'initiative intergouvernementale Eurêka encouragent les entreprises, grandes et petites, les

universités et centres de recherche publics et privés à entreprendre des projets de recherche au niveau international. Ces programmes concernent toutes les thématiques de R&D, comme les sciences de la vie, les technologies de l'information et de la communication (TIC), les technologies industrielles, les matériaux, l'environnement, le spatial, etc.

La conférence a été officiellement ouverte par la Secrétaire d'Etat à la Culture, à l'Enseignement supérieur et à la Recherche, Octavie Modert. Elle a souligné l'importance croissante des programmes de recherche européens pour le Luxembourg dans une perspective d'accès aux réseaux internationaux d'excellence et aux financements communautaires. Afin de renforcer encore davantage la participation luxembourgeoise au futur 7^e Programme-cadre, elle a invité tous les acteurs publics et privés à renforcer leur collaboration et à profiter des services et conseils de l'agence Luxinnovation, point de Contact National pour le Grand-Duché.

Des intervenants de haut niveau ont présenté l'état des lieux et les perspectives futures de la coopération en matière de recherche au niveau européen. Une attention particulière a été portée aux exposés portant sur les domaines des TIC et des matériaux, deux secteurs clés de l'économie luxembourgeoise. Plusieurs témoignages, dont ceux des sociétés Arcelor, LEE et Groupe Ciments Luxembourgeois, ont montré les bénéfices importants que pouvaient tirer les entreprises luxembourgeoises d'une telle coopération.

Le Recteur de l'Université du Luxembourg Rolf Tarrach a présenté les conclusions sur les programmes-cadres de recherche européens qui ont été tirées par un panel d'experts internationaux, dont il faisait partie, pour le compte de la Commission européenne. Considérant la période 1999-2003, les experts ont notamment adressé le rôle de promotion de l'excellence scientifique et l'orientation industrielle des programmes européens. Par ailleurs ils ont soutenu la création d'un Conseil Européen de la

Recherche ainsi que des plateformes technologiques.

Le Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur Jeannot Krecké a clôturé la journée en relevant l'importance de la recherche dans le cadre du Plan national pour l'innovation et le plein emploi. Ce plan prévoit un certain nombre de nouvelles initiatives nationales visant notamment à inciter les entreprises et plus particulièrement les PME à s'engager davantage dans la collaboration internationale.

En présence du Directeur du Secrétariat Euréka à Bruxelles, Michel Vieillefosse, le Ministre Krecké s'est félicité des 20 années d'existence de l'initiative Euréka et des excellents liens qu'entretiennent ses services et ceux de Luxinnovation avec le Secrétariat et l'ensemble des Etats membres.

*Communiqué par
Luxinnovation GIE,
le Ministère de la Culture,
de l'Enseignement supérieur
et de la Recherche
et le Ministère de l'Economie
et du Commerce extérieur. ■*

Pour toute information complémentaire, contactez:

Jean-Michel Ludwig, Marc Ferring, Luxinnovation GIE, tél.: 43 62 63-1,
e-mail: jean-michel.ludwig@luxinnovation.lu; marc.ferring@luxinnovation.lu.

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

ARTECH

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

En 2004 les résidents ont entrepris **1,1 million de voyages** de loisirs



Les Luxembourgeois aiment voyager: en moyenne chaque résident à entrepris 4 voyages de loisirs en 2004.

Dans son dernier bulletin de l'année 2005, le STATEC analyse le volume du tourisme émetteur et le comportement de voyage des résidents en 2004. A la base de cette étude se trouve l'enquête trimestrielle effectuée pour le compte du STATEC par l'ÉTI, Europäischen Tourismus Institut GmbH an der Universität Trier, dans le cadre de la directive 95/57/CE du Conseil concernant la collecte d'informations statistiques dans le domaine du tourisme.

A l'instar de beaucoup de pays développés la participation de la population luxembourgeoise au tourisme évolue à un niveau élevé et l'intensité de voyage du Grand-Duché occupe même une des premières places dans la comparaison européenne. L'intensité de voyage mesure la part de la population qui a entrepris au moins un voyage au cours d'une période déterminée. Cette intensité a été de 77,5 % en 2004 c.-à-d. que quelque 282.000 personnes âgées de 15 ans et plus ont participé au tourisme.

Au total la population luxembourgeoise a effectué 1,1 million de voyages de loisirs. En d'autres termes: en moyenne chaque voyageur a entrepris 4 voyages de loisirs en 2004.

Parallèlement environ 14 % des résidents, soit environ 51.000 personnes ont entrepris 250.000 voyages d'affaires de sorte qu'au total 1,350 million de voyages sont à mettre à l'actif de la population luxembourgeoise. Le coût de cette bougeotte s'est élevé à un peu plus de 2,1 milliards d'euros. Le coût moyen pour l'ensemble des participants d'un voyage de loisirs s'est élevé à 1.717 euros et celui d'un voyage d'affaires à 936 euros.

La participation au tourisme est la plus élevée dans la tranche d'âge de 25 à 44 ans (85 %) pour diminuer par la suite et retomber à 57 % pour les personnes âgées de plus de 65 ans. Au niveau de la profession ce sont les fonctionnaires européens qui sont les plus actifs. Pratiquement chaque fonctionnaire européen a entre-

pris au moins un voyage en 2004. Les indépendants, les fonctionnaires nationaux et les employés affichent des intensités de voyage supérieures à 80 % tandis que les ouvriers, les chômeurs et les retraités participent moins, quoiqu'à niveau néanmoins relativement élevé, au tourisme.

L'intensité de voyage des ménages au sein desquels ne vivent plus d'enfants de moins de quinze ans se situe avec 76 % en dessous de la moyenne tandis que celle des ménages comprenant des enfants de moins de quinze ans se distingue par un taux (82 %) au-dessus de la moyenne.

Les trois pays voisins du Grand-Duché restent les destinations favorites des Luxembourgeois avec une nette prédominance de la France (24 %) suivie de l'Allemagne (15 %) et de la Belgique (11 %). Avec respectivement 8 et 7 % l'Italie et l'Espagne arrivent en quatrième et cinquième position.

Pour rejoindre leurs destinations les Luxembourgeois préfèrent la voiture particulière (58 %) et l'avion (28 %). Seulement 12 % des voyages sont entrepris par les transports en commun: train, autobus et autocars.

L'hôtel est le moyen d'hébergement le plus populaire pour quasiment la moitié des voyageurs (48 %), suivi de l'hébergement chez des parents ou amis (33 %). Quelque 7 % des vacanciers passent leurs séjours dans leurs résidences secondaires et 2,3 % seulement préfèrent le camping.

La toile universelle est devenue un outil indispensable pour

l'information au sujet des voyages et de la réservation des prestations. Pour près de 41 % des voyages, Internet a été utilisé soit pour l'information, soit pour la réservation. Neuf fois sur dix (91 %) la consultation Internet avait pour but l'information, mais dans 56 % des cas elle a abouti à une réservation. Concrètement cela signifie que 251.000 voyages ont été organisés ou réservés par Internet.

Un peu plus d'un résident sur cinq (22 %), soit quelque 83.000 personnes n'ont entrepris aucun

voyage en 2004. Ces personnes sont en règle générale plus âgées que celles qui voyagent.

Leur moyenne d'âge se situe à 51 ans tandis que celle des voyageurs est de 43 ans. La part des retraités est significativement plus élevée, 38 % contre 18 % pour les voyageurs, et le taux des non-voyageurs parmi les chômeurs est également plus élevé que celui des actifs.

Par excursion on entend le déplacement pour loisirs hors du milieu usuel, mais ne compor-

tant pas de nuitée hors du domicile. Pour l'enquête en question ce sont les seules excursions hors des frontières qui ont été prises en compte.

Près de 75 % des Luxembourgeois âgés de plus de 15 ans, soit 275.000 personnes, ont entrepris en 2004 une excursion transfrontalière. Dans ce domaine on observe également que les groupes de personnes les plus mobiles au niveau des voyages le sont aussi pour ce qui est des excursions. ■

Une version électronique du Bulletin n°6-2005 est disponible gratuitement sur le site Internet du STATEC à l'adresse www.statistiques.public.lu. Pour en savoir plus: STATEC, Unité C6 «Statistiques R&D, Économie nouvelle, Environnement, Tourisme», M. Victor Molling, tél.: 478-4258, fax: 22 08 60, e-mail: victor.molling@statec.etat.lu

www.cobelfret.com

COBELFRET 

SHIPS / TERMINALS / TRAILERS / CONTAINERS / TRAINS / TRUCKS / BARGES / SYSTEMS / PEOPLE

SNCI

Les **taux d'intérêt de base** restent inchangés

Le Conseil d'Administration de la Société Nationale de Crédit et d'Investissement (SNCI) a décidé lors de sa séance du 20 décembre 2005 de ne pas procéder à une augmentation des taux d'intérêt de base de ses instruments de financement, actuellement de:

Prêt à long terme (8-10 ans) (taux de base)	3,75%
Prêt à moyen terme (5 ans) (taux de base)	3,25%
Prêt à l'innovation	2,50%
Crédit d'équipement	2,50%
Prêt de démarrage	5,25%

Après une analyse, d'une part, des conséquences immédiates de la récente décision de la Banque Centrale Européenne d'augmenter son «taux d'intérêt de référence»

de 25 points de base et, d'autre part, de l'évolution récente des taux d'intérêt à moyen et à long terme, la SNCI a décidé, pour le moment et sans préjudice des

développements futurs en matière de taux, de maintenir inchangés ses taux.

A l'issue de cette discussion, le Président de la SNCI, Monsieur Gaston Reinesch, a tenu à souligner, premièrement, que cette décision s'inscrit parfaitement dans la mission de la SNCI, à savoir de contribuer au développement et à la diversification de l'économie luxembourgeoise et, deuxièmement, qu'elle constitue un signal fort pour les entreprises qui désirent investir dans leur avenir.

(Communiqué par la SNCI) ■

Chacun sa technique pour mieux informer



info mobile.
Votre communication par SMS

www.infomobile.lu

Pour **communiquer** avec votre personnel itinérant, en interne pour **convier** à une réunion, **motiver**, ...avec votre clientèle pour les **informer** de vos nouveautés, produits, promotions, événements, **fidéliser**,...

Info Mobile est l'outil idéal à intégrer dans votre communication !

Editus peut vous aider dans la constitution de votre base de données et peut assurer directement la saisie de vos listes de contacts et l'envoi de vos messages.

editus

Info Mobile est un service d'Editus Luxembourg SA
45, rue Glesener L-1631 Luxembourg • Tél. (+352) 49 60 51-1 • Fax. (+352) 49 60 56
www.infomobile.lu • infomobile@luxweb.com

Participation du Luxembourg à la réalisation de l'enquête IMD et WEF sur la compétitivité

Dans le cadre de l'enquête annuelle sur la compétitivité internationale, les entreprises luxembourgeoises seront invitées au cours des prochaines semaines à participer au rapport intitulé «The World Competitiveness Yearbook 2005».

Cet annuaire est publié par l'International Institute for Management Development (IMD) et contient des statistiques internationales comparatives et des indicateurs de compétitivité des économies. Le questionnaire sera adressé à un échantillon de quelque 300 entreprises implantées au Luxembourg représentatives de l'ensemble du secteur privé pour demander leur appréciation quant aux facteurs de compétitivité de notre pays.

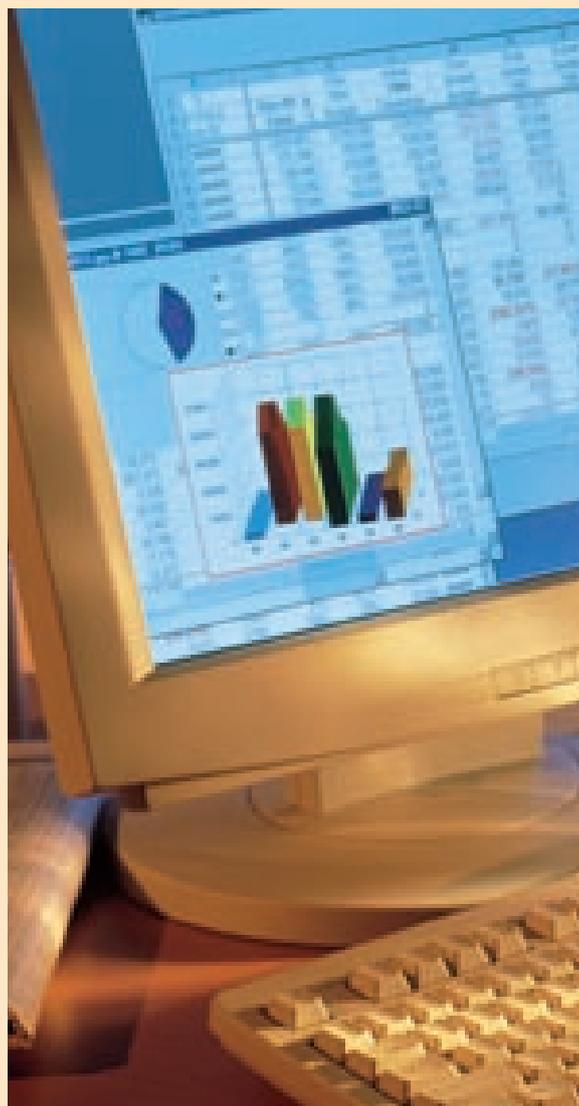
Dans le même temps, les entreprises luxembourgeoises seront invitées à participer au rapport annuel sur la compétitivité réalisé par le Forum Economique Mondial (WEF – World Economic Forum). Dans le cadre de cette enquête, il est demandé aux entreprises de donner leur appréciation quant aux facteurs de compétitivité du site luxembourgeois. L'objectif de l'enquête auprès des chefs d'entreprise est de rassem-

bler des informations clés permettant d'évaluer la compétitivité de plus de 100 pays et d'établir des comparaisons à une échelle internationale. Le Rapport Mondial 2006-2007 sur la Compétitivité constitue un instrument de référence internationale en matière de compétitivité.

En termes d'image de marque, ainsi que pour illustrer la compétitivité du site luxembourgeois, il est important pour le Grand-Duché de figurer dans ces deux rapports. De telles études internationales permettent par ailleurs de promouvoir le Luxembourg en tant que site d'implantation, d'attirer de nouveaux investissements et de contribuer à diversifier davantage notre économie.

Toutes les réponses seront traitées de manière strictement confidentielle. La Chambre de Commerce présentera les principaux résultats de l'enquête au niveau national dans le cadre d'un communiqué de presse et d'une publication dans le Merkur (rubrique «Economie»).

Le Département Economique de la Chambre de Commerce se tient à votre disposition pour tout renseignement complémentaire (e-mail: eco@cc.lu). ■



Le taux d'inflation

se maintient à 2,5 %

Après le recul sensible de novembre (0,33 %), l'indice des prix à la consommation, établi par le STATEC, a connu au mois de décembre 2005 un nouveau retrait de -0,18 %. L'indice se chiffre à 120,64 points au 1.12.2005 (base 100 en 1996).

Comme le mois précédent, le recul de l'indice s'explique par la baisse des prix pétroliers, qui a atteint en moyenne -3,9 % du 1^{er} novembre au 1^{er} décembre. Du

côté de l'ensemble des autres biens et services, la situation en fin d'année a été caractérisée par la stabilité, l'évolution mensuelle des prix se limitant à +0,02 %.

Etant donné qu'en décembre 2004 l'indice avait également reculé de -0,18 %, le taux d'inflation sur douze mois s'est maintenu en décembre 2005 au niveau de 2,48 % qu'il avait atteint en novembre. Le taux d'inflation annuel moyen de 2005 se situe à 2,49 %.

Avec 1,9 %, le taux sur douze mois de l'inflation sous-jacente a retrouvé le niveau des mois d'août et octobre. En moyenne annuelle, l'inflation sous-jacente s'est maintenue en 2005 à 1,8 %, comme en 2004.

L'indice raccordé à la base 1.1.1948 pour l'application de l'échelle mobile des salaires se chiffre à 689,43 points. La moyenne semestrielle atteint 687,82 points au 1.12.2005.

Taux de variation des indices de groupe	décembre 2005/ décembre 2004	décembre 2005/ novembre 2005
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	+ 1,92 %	- 0,26 %
Boissons alcoolisées et tabac	+ 2,59 %	- 0,44 %
Articles d'habillement et chaussures	+ 0,50 %	+ 0,03 %
Logement, eau, électricité et combustibles	+ 5,56 %	- 1,09 %
Ameublement, équipement de ménage et entretien	+ 1,41 %	+ 0,02 %
Santé	+ 0,98 %	+ 0,03 %
Transport	+ 3,07 %	- 0,24 %
Communications	- 2,20 %	- 0,23 %
Loisirs, spectacles et culture	+ 1,71 %	+ 0,28 %
Enseignement	+ 5,08 %	-
Hôtels, cafés, restaurants	+ 3,84 %	+ 0,38 %
Biens et services divers	+ 1,87 %	- 0,05 %
Indice général	+ 2,48 %	- 0,18 %

Le recul de l'indice général au 1^{er} décembre 2005 (-0,22 point) a, comme le mois précédent, résulté pour l'essentiel d'impacts à la baisse en provenance des divisions qui incluent des produits pétroliers, à savoir «Logement, eau, électricité et combustibles» (-0,16 point) et «Transports» (-0,06 point). Se sont ajoutés des apports à la baisse plus faibles des divisions «Produits alimentaires et boissons non alcoolisées» (-0,04 point), «Boissons alcoolisées et

tabac» (-0,02 point), «Biens et services divers» et «Communications» (-0,01 point pour chacune). Des apports à la hausse sont venus seulement des divisions, «Loisirs, spectacles et culture» et «Hôtels, cafés, restaurants» (+0,03 point pour chacune). La contribution des quatre autres divisions à l'évolution de l'indice général a été insignifiante ou nulle.

Les baisses de prix les plus en vue ont concerné les produits pétroliers (gasoil chauffage

-8,9 %; diesel -6,0 %; essence -2,1 %;), ainsi que des produits d'un poids moindre, comme les tourtes, quiches et pizzas (-7,1 %), les logiciels (-4,7 %), les vins mousseux et champagnes (-4,7 %), les fruits de mer (-4,0%), etc.. Les hausses de prix les plus importantes ont été relevées pour la viande ovine (+7,8 %), les fleurs de coupe (+5,8 %) et le transport de personnes par chemin de fer (+4,5 %).

Simplification administrative en matière **INTRASTAT**

Le règlement communautaire relatif au système de collecte INTRASTAT oblige les opérateurs économiques réalisant des échanges intra-communautaires de marchandises de fournir mensuellement à l'autorité nationale compétente une série d'informations statistiques, dont la quantité des biens. Les informations sur la quantité sont à spécifier en masse nette (kilogrammes) et/ou en unités supplémentaires (litres, pièces, m³, etc.). Pour un quart des marchandises, il y a eu lieu d'indiquer ces deux variables quantitatives conjointement.

En vue d'alléger la charge des déclarants il a été décidé, avec effet au 1^{er} janvier 2006, de dis-

penser les entreprises de fournir des informations sur la quantité en masse nette pour tous les biens pour lesquels des unités supplémentaires doivent être déclarées simultanément. Parmi les 2.300 codes de marchandises concernés, citons l'exemple des DVD – (code 85243920) – où la fourniture de la masse nette (kg) ainsi que de l'unité statistique supplémentaire (pièces) ont été obligatoires pour les années précédentes. A partir de la déclaration du mois de référence «Janvier 2006», il suffit donc d'indiquer pour ce bien le nombre de pièces seulement.

Tandis que les mesures de la simplification de l'année passée – relèvement du seuil d'exemp-

tion de 100.000 à 150.000 € – visaient à alléger essentiellement la charge des petites et moyennes entreprises, celle de l'année 2006 s'adresse à l'ensemble des redevables INTRASTAT.

Les informations sur le fonctionnement du système INTRASTAT peuvent être trouvées dans la Notice explicative distribuée annuellement aux déclarants. Nous rappelons que les versions 2006 de la Notice explicative, de l'outil de collecte électronique IDEP/NC8 ainsi que de la Nomenclature combinée peuvent également être téléchargées de notre site Internet www.statec.lu («Informations pour les déclarants» – «Intrastat»). ■

Pour des informations supplémentaires veuillez contacter le service INTRASTAT du STATEC (tél.: 478-4246, e-mail: luc.kohnen@statec.etat.lu)

Kompetenz im Hallenbau

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

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

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

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

Unser Ziel ist es, Ihr Vertrauen zu gewinnen.



Brüninghoff
Holzleimbau
Zimmerei
Beton- und Stahlbau
Fertigbauteile
Schlüsselfertiges Bauen

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

Le secteur des **animaleries**, et des **grainetiers**



du **jardinage**, des **fleuristes**



Quels sont les acteurs du marché du jardin en Grande Région Saar-Lor-Lux? Dans le Merkur de ce mois, Norbert Friob dresse le tableau de ce marché porteur visé par de nombreux types de commerces et empreint d'une nette progression du segment de l'aménagement pour les loisirs.

■ **Le jardin**

Tout comme pour les autres secteurs, les grandes surfaces généralistes comme CACTUS sont présentes sur le marché du jardin. D'autres acteurs importants de la distribution sont les grandes surfaces de bricolage, comme HORNBAACH, HELA, BATISELF, sans oublier les jardinerie, comme MON JARDIN et WUST. Les autres acteurs sont les magasins spécialisés et les livres services agricoles ainsi que les horticulteurs (la Fédération Horticole regroupe environ 100 affiliés) et les pépiniéristes. Les animaleries et fournitures pour les animaux de compagnie complètent souvent l'offre de ce type de commerces qui va du haut de gamme au discount.

Au Luxembourg, comme chez nos voisins, les livres-services agricoles exploités par la Fédération agricole du Luxembourg (VERBAND) joue un rôle non négligeable sur ce marché. Avec une forte implantation dans le milieu rural, comme à Junglinster, à Wiltz etc, le VERBAND avec des magasins orientés en principe vers l'agriculture, offre une large gamme de produits de jardin et d'aliments pour les animaux de compagnie. Les magasins sont cependant très fréquentés par la clientèle privée. A Gasperich, le VERBAND exploite une grande jardinerie sous l'enseigne GAMM-VERT, une franchise française qui regroupe plus de 600 magasins.





Le marché du jardin concerne:

- Les végétaux d'extérieur;
- Les contenants: vases, pots, vasques etc.;
- Les outils portatifs à main;
- Les clôtures et éléments d'occultation en bois ou plastique;
- La motoculture de plaisance;
- Les produits de jardin: terres etc.;
- Les aménagements;
- Les végétaux d'intérieur;
- Les équipements consommables;
- Les mobiliers de jardin et barbecues;
- Les piscines enterrées et hors sol.

Globalement, le marché du jardin est un marché porteur avec un tassement de la vente des produits traditionnels et un développement des achats loisirs, car on se repose davantage dans son jar-

din que l'on y bêche. Le jardin est devenu le prolongement de la maison. Les consommateurs recherchent l'évasion tout en restant chez eux. Le jardin se transforme en cuisine, salle à manger, salon, chambre pour la sieste et salle de jeux.

Cependant le jardinage n'est pas réservé aux campagnards car, nombreux sont les citadins disposant d'un balcon et à défaut, d'un rebord de fenêtre pouvant accueillir des fleurs. Les nouveaux jardiniers sont impatient, ils veulent des plantes qui poussent vite et des produits simples à utiliser.

■ Le marché du végétal

Le marché du végétal est saisonnier par nature et dépendant par exemple d'une arrivée tardive du printemps qui est à l'origine d'une saison écourtée et d'excédents de production qui provoquent des baisses de prix. Les jardinerie, trop dépendantes du marché du végétal, souffrent des variations saisonnières et sont concurrencées par les enseignes du bricolage avec des animaleries et des marchés de Noël par exemple. Ces derniers sont très présents sur le marché des produits manufacturés comme les meubles, la décoration et la motoculture. Sur le marché du végétal, les jardinerie sont concurrencées par les pépiniéristes et horticulteurs qui ouvrent des espaces de vente directe aux particuliers. D'aucuns considèrent la concurrence des pépinières et des horticulteurs comme une concurrence déloyale. En effet, si les grandes surfaces doivent se soumettre à la législation pour toute surface de 400 m², cette législation n'est pas appliquée aux pépiniéristes et horticulteurs qui souvent exploitent plusieurs hectares et ne vendent pas que des produits de leur exploitation. Par ailleurs, ils ne sont pas soumis aux mêmes règles de sécurité qu'une grande surface ou une jardinerie. Le fait

de recevoir le client dans une serre de production, coûte moins cher que dans une serre de commercialisation. La Fédération Horticole Luxembourgeoise se plaint pour sa part de la concurrence des «Initiatives sociales pour l'emploi» qui, avec du personnel subsidié, serait à la source d'une autre forme de concurrence déloyale.

Les jardinerie sont souvent une émanation de l'horticulture. Les grandes chaînes étrangères sont présentes à nos frontières et visent clairement notre marché. Il s'agit principalement de DEHNER en Allemagne et des Français JARDILAND avec 106 magasins et un chiffre d'affaires de 688 millions € en Europe et TRUFFAUT avec sa filiale ANIMALIS du groupe CORA, qui sont leaders sur leurs marchés.

DEHNER

La société DEHNER est apparue après la guerre avec le commerce de la vente des champs de l'Etat. Elle est constituée en plusieurs unités : l'unité agraire qui vend des produits principalement originaires de la Sarre. DEHNER propose également 86 centres de jardinage à travers le pays. La société a en outre développé son propre label de qualité appelé «Juwel». En outre, l'entreprise allemande détient un hôtel avec 95 chambres et suites où il y a possibilité de manger dans un cadre de rêve des véritables spécialités bavaroises. Enfin, elle a créé une fondation appelée «Dehner Stiftung» pour agir directement dans le secteur social.

Les plantes d'intérieur qui appartiennent plus à l'univers de la décoration qu'à celui du jardin réalisent en général 35 % du chiffre d'affaires des magasins entre octobre et décembre. Les fêtes de la Toussaint et Noël sont des moments forts pour les achats de fleurs et plantes offertes en cadeau. La vente de sapins de Noël est

limitée à une période courte. A la même période, les ventes de végétaux d'extérieur sont également importantes du fait des plantations en automne.

■ Les fleuristes

Les boutiques des fleuristes résistent bien à la concurrence des grandes surfaces et des jardineries. Les fleurs sont également vendues par le canal des détaillants de marché et même dans les stations-services. Pour les fleuristes, la présentation et l'art du bouquet sont des atouts de vente majeurs. Ils réalisent des records de vente à l'occasion de la fête des mères, de la Saint Valentin et du 1^{er} mai.

Depuis peu, des chaînes françaises se développent en Europe, comme la chaîne française MONCEAU-FLEURS également présente au Luxembourg. L'objectif est la vente de fleurs en libre-service à prix discount par des commerçants qui ne sont pas nécessairement fleuristes.

■ Les produits manufacturés

L'on constate d'un côté une montée en gamme de nombreux produits et de l'autre une baisse des prix. Ce phénomène ne se limite pas à la motoculture, mais concerne aussi les familles de produit comme l'outillage et l'arrosage. En matière d'équipement comme la tondeuse, la rapidité et la facilité de la tonte priment. Le jardinier veut passer de la corvée au plaisir avec une notion de confort. D'un côté, l'on constate une montée en gamme avec des produits de plus en plus techniques et de l'autre en entrée de gamme, l'apparition de tondeuses à 29,9 € importées de Chine.

■ Les produits de jardin

En général, les produits de traitements et les désherbants sont surtout vendus dans les grandes surfaces bénéficiant d'un trafic de

clientèle fort qui ne dépend pas de la saisonnalité des végétaux. Pour la vente de produits phytosanitaires, il est impératif de disposer de personnel qualifié et agréé. Au cours des dernières années, les craintes liées à l'usage des pesticides permettent la mise sur le marché d'engrais et antiparasitaires biologiques. Pour les produits de jardin, comme les désherbants, le jardinier souvent novice, a des difficultés à se retrouver entre l'hypermécialisation de certains produits et l'hypergénéralisation de certains autres qui engendrent la méfiance.

■ Aménagement et décoration

Aujourd'hui, le marché des tables et chaises de jardin comporte surtout l'achat d'équipement de renouvellement. Les mobiliers en plastique souvent bon marché du premier équipement, sont remplacés par des mobiliers tressés ou en bois, design en aluminium ou résine. Les coussins et parasols sont colorés et plus confortables. N'oublions pas les gloriettes et les douches d'extérieur. Les barbecues inesthétiques sont remplacés par de véritables cuisines d'extérieur en dur. La mise en situation est





indispensable à la vente d'équipements haut de gamme. Les mobiliers de jardin sont également vendus par les marchands de meubles.

■ Les animaleries et les aliments pour animaux

Le commerce des animaux de compagnie connaît un succès grandissant dans nos pays. A

côté des chiens et chats, poissons et oiseaux, apparaissent de nouveaux animaux qui connaissent un succès croissant. Ce sont les rongeurs domestiques, souris, rats, furets etc. et même les reptiles et les mygales.

Parallèlement à l'engouement pour les animaux de compagnie, les pensions et les hôtels de luxe pour animaux se développent. Les cimetières pour animaux et

crématoires connaissent de fortes progressions de leurs affaires. Le commerce spécialisé et même le commerce généraliste profitent de cette situation en vendant outre les aliments, des balles, peluches, os etc. Les bijoux et même les lunettes de soleil font leur apparition. Les grandes surfaces généralistes captent surtout les consommateurs qui ne considèrent que le point de vue nutritionnel. Elles profitent du trafic, mais ce sont les commerces spécialisés qui par la largeur de l'offre et sa théâtralisation et les conseils, qui captent les consommateurs les plus exigeants.

A côté de magasins traditionnels comme JOSY WELTER, souvent issus de graineterie (aliments pour animaux), de nombreuses grandes surfaces spécialisées se développent comme FRESSNAPF avec 3 magasins au Luxembourg, ou TOM & CO une franchise du groupe DELHAIZE avec un magasin à Luxembourg.

Les animaux vivants ne pouvant être vendus comme de la poudre à lessiver dans les supermarchés, une ambiance adéquate est à créer et le personnel doit être compétent et serviable. La majeure partie du chiffre d'affaires est réalisée avec les aliments pour chiens et chats avec un transfert de l'humide vers le sec et une progression des recettes light. L'offre de friandises connaît également un grand développement, 85 % des possesseurs d'animaux leur donnent des en-cas.

FRESSNAPF

Chaîne spécialisée avec plus de 600 magasins en majeure partie franchisés, en Europe, l'objectif étant d'atteindre un réseau de 800 magasins. Le chiffre d'affaires en 2004 était de 648 millions €, soit une progression de 17 % par rapport à 2003. Le marché allemand réalise 508 millions € de chiffre d'affaires avec 500 magasins.

Norbert Friob ■



720 MILLIARDS D'EUROS DE MARCHÉS PUBLICS
GRATUITEMENT À PORTÉE DE CLICS



WWW.BTOB.LUXWEB.COM



le point de rencontre des décideurs

Entreprises B2B luxembourgeoises et de la Grande Région, **enregistrez-vous gratuitement en tant qu'ami à la Place de Marché B-to-B et bénéficiez de nombreux avantages :**

- consultez les appels d'offres,
- répondez en ligne aux appels d'offres ou posez vos questions.
- publiez vos appels d'offres
- accédez au répertoire fournisseurs,
- ajoutez votre entreprise au répertoire fournisseurs

La vente de biens les autres **garanties** et la **garantie**

Le commerçant décide librement des caractéristiques qu'il entend donner à la garantie commerciale, dont les dispositions vont au-delà des garanties légales découlant du code civil et de la garantie énoncée par la loi du 21 avril 2004. Si de telles garanties constituent souvent un avantage concurrentiel non négligeable, elles ne sauraient cependant mettre en échec le régime des garanties légales.



meubles corporels: légales du code civil commerciale



La chronique juridique du mois de décembre fut consacrée à la présentation de la loi du 21 avril 2004 relative à la garantie (légale) de conformité qui s'applique à la vente de biens meubles corporels par un vendeur professionnel à un consommateur. A côté de cette garantie de conformité bien spécifique les garanties légales énoncées dans le code civil continuent à s'appliquer. En outre, il est toujours loisible au vendeur d'accorder, sur une base contractuelle, une garantie dite «commerciale». La chronique de ce mois a pour objet de présenter brièvement ces garanties légales découlant du code civil et la garantie commerciale.

La garantie d'éviction (prévue aux articles 1625 et 1626 du code civil) ne sera pas traitée dans la présente chronique juridique, étant donné qu'elle est en pratique rarement mise en œuvre dans les ventes de biens meubles corporels. Une convention internationale traite spécifiquement de la vente de marchandises conclue entre deux professionnels qui ont leurs établissements respectifs dans deux

Etats différents. Son étude dépasserait le cadre de la présente chronique.

■ I. Les garanties légales: la garantie des vices cachés et la garantie de conformité

Le code civil fait peser sur le vendeur deux sortes de garanties: la garantie des vices cachés (article 1641 du code civil) et la garan-



tie de conformité (article 1603 du code civil). A noter que malgré la similitude des termes, cette dernière garantie n'est pas à confondre avec la garantie de conformité énoncée par la loi du 21 avril 2004. La notion de «garantie de conformité» utilisée dans le cadre de la présente chronique visera dès lors exclusivement la garantie prévue par l'article 1603 du Code civil, et non pas celle présentée dans la chronique juridique précédente.

I.1. Le champ d'application personnel et matériel des garanties légales

La garantie des vices cachés et la garantie de conformité sont automatiquement attachées à la vente de toute sorte de biens (biens meubles corporels, incorporels, biens d'occasion, immeubles etc.). Une jurisprudence a étendu la garantie de vices cachés au contrat de louage d'ouvrage (à propos du montage d'un filtre à huile défectueux lors de la révision d'un véhicule; C.S.J. 25 février 1988, P. 27 p. 215). Le code civil énonce un régime spécifique applicable aux ventes d'immeubles à construire, qui ne fait pas l'objet de la présente chronique.

En ce qui concerne le champ d'application personnel de ces deux garanties, il existe une différence avec la garantie de conformité au sens de la loi du 21 avril 2004: alors que cette dernière ne peut être invoquée que par les consommateurs à l'encontre de vendeurs professionnels, les garanties découlant du code civil peuvent être invoquées par tout acheteur, indépendamment de sa qualité (consommateur ou non,

personne physique ou morale), à l'encontre de tout type de vendeur (vendeur professionnel ou non, grossiste ou détaillant, personne physique ou morale). Il résulte de l'article 8 de la loi du 21 avril 2004 que l'acheteur consommateur dispose à l'encontre d'un vendeur professionnel d'un bien meuble corporel du choix d'invoquer soit la loi du 21 avril 2004, soit les articles en question du Code civil.

I.2. Que doit garantir le vendeur dans le cadre des garanties légales?

- La garantie des vices cachés

Pour pouvoir faire jouer la garantie légale des vices cachés, l'acheteur doit prouver par tout moyen que les conditions suivantes sont remplies:

- le vice qui affecte le bien acheté doit être si grave qu'il rende ce dernier impropre à l'usage normal ou qu'il en diminue tellement son usage que l'acheteur ne l'aurait pas acheté ou l'aurait acheté à un prix moindre s'il l'avait connu. Un vice qui diminue seulement l'agrément et non une qualité principale du bien ne peut pas être considéré comme un vice caché (Cour 27 novembre 2002, P. 32 p. 307);
- le vice affectant la chose doit être caché au moment de la vente. Pour la jurisprudence, un vice est à considérer comme caché dans un contrat conclu avec un consommateur lorsque seul un technicien aurait été capable de le découvrir;
- le vice doit être antérieur à ou du moins concomitant avec le transfert des risques (c'est-à-dire en général le transfert de la propriété du bien vendu).

A supposer que toutes ces conditions soient réunies, il est évident que l'acquéreur ne peut pas se prévaloir d'un vice caché dont il a eu connaissance au moment de la vente.

Citons à titre d'illustration quelques cas retenus par la jurisprudence française comme constituant des vices cachés:

- une importante corrosion du soubassement d'un véhicule (C.A. Versailles 3 février 1989 D. 1989 I.R. 92);
- les pannes répétées affectant une photocopieuse (CA Versailles 16 décembre 1987 D. 1988 I.R. 44);
- les bactéries renfermées par un fromage qui rendaient ce dernier impropre à la consommation (Cass. comm. 1^{er} juillet 1969 Bull Civ. IV n° 255).

- Le défaut de conformité

L'article 1603 du code civil oblige le vendeur à délivrer un bien conforme aux stipulations contractuelles de la vente: il doit être de la qualité (par exemple l'origine, le type ou la marque) et de la quantité convenues. C'est ainsi que le fait pour un véhicule vendu d'être d'une année de construction autre que celle convenue entre parties a été considéré par les tribunaux comme un défaut de conformité (Trib. d'Arr. Lux. 19 janvier 1990 n° 38751). A moins que les parties à la vente n'en conviennent autrement, l'obligation de délivrance s'applique aussi à tous les accessoires du bien vendu (article 1615 du code civil), c'est-à-dire tous les biens qui sont affectés au bien vendu, par exemple le mode d'emploi d'un appareil électroménager, la roue de secours ou la carte grise d'une voiture.

L'acheteur qui n'émet pas de réserves lors de la délivrance à l'égard d'un défaut de conformité apparent ne pourra plus s'en prévaloir par la suite.

Il s'avère dans des cas concrets parfois malaisé de faire la distinc-

tion entre la notion de vice caché et de défaut de conformité. Les deux notions ont fait l'objet d'un contentieux et d'une doctrine abondants dont l'étude dépasserait largement le cadre de la présente chronique.

Il semble toutefois qu'à l'heure actuelle, le vice caché réside dans l'état défectueux ou le mauvais fonctionnement du bien, dans l'impossibilité de s'en servir dans des conditions satisfaisantes ou dans les conséquences nuisibles produites à l'occasion d'une utilisation normale (Cour 27 novembre 2002 P. 32 p. 307). La différence entre le bien promis et le bien finalement livré, en parfait état, doit en revanche être qualifiée de défaut de conformité.

Si l'acheteur est un consommateur final privé, le vendeur professionnel ne peut pas limiter ou exclure dans le contrat de vente ou dans ses conditions générales la garantie légale des vices cachés et la garantie de conformité (au sens du code civil tel qu'énoncé ci-dessus). En revanche, un vendeur occasionnel peut insérer dans le contrat de vente une clause excluant la garantie des vices cachés. Une telle clause doit cependant être suffisamment révélatrice de la volonté des parties. En cas de doute, la clause doit être interprétée en faveur de l'acquéreur (article 1602 du Code civil). Ainsi la jurisprudence estime qu'une clause d'un contrat de vente suivant laquelle «l'objet de la vente est cédé en l'état où il se trouve à la date de ce jour» n'est pas suffisamment explicite et n'implique pas la non-garantie, par le vendeur, des vices cachés (Cour 25 octobre 2000, P. 31 p. 470).

I.3. Quel mode de réparation?

En matière de réparation d'un vice caché ou d'un défaut de conformité, la jurisprudence admet les quatre modes de réparation consacrés par la loi du 21 avril



2004, avec les mêmes réserves et atténuations, à savoir:

1. la résolution de la vente, c'est-à-dire la restitution du bien et du prix;
2. la restitution d'une partie du prix;
3. la réparation proprement dite du bien non conforme;
4. le remplacement du bien non conforme.

La jurisprudence n'admet cependant la résolution que si le bien est foncièrement inutilisable pour l'emploi auquel il est destiné. Si le bien présente au contraire seulement des défauts facilement réparables et que les réparations ne privent pas l'acheteur pendant un délai prolongé de l'usage du bien, celui-ci peut seulement exiger la réparation du bien. La réparation est cependant exclue au cas où elle est impossible en fait ou si elle doit entraîner des dépenses hors de proportion avec la valeur du bien vendu (C.S.J. 25 mai 1977 P. 23 p. 529).

Si le vendeur est un vendeur professionnel ou s'il connaissait le vice caché, il devra en outre, le cas échéant, des dommages et intérêts à l'acheteur.

I.4 Comment mettre en œuvre les garanties?

La mise en œuvre de la garantie des vices cachés diffère sensiblement de celle du défaut de conformité.

- La garantie des vices cachés

Nous avons vu dans la chronique juridique précédente que le défaut de conformité au sens de la loi du 21 avril 2004 doit impérativement être dénoncé dans un délai de deux ans à compter de la délivrance du bien. En matière de vices cachés, ce délai est susceptible d'être beaucoup plus long: l'acheteur doit dénoncer le vice seulement au moment de sa découverte. Cette dernière peut en pratique se produire bien au-delà du délai biennal retenu par la loi du 21 avril 2004. Une fois que l'acheteur a découvert le vice, il est cependant obligé d'agir contre le vendeur dans un «bref délai». Le code civil n'a pas fixé un délai précis, et il revient donc aux juges d'apprécier ce délai en fonction de la nature des vices et des circonstances de la cause.

Une fois que l'acheteur a dénoncé le vice, il dispose d'un nouveau délai d'un an pour intenter une action



en justice. Ce délai est suspendu par les pourparlers d'arrangement, une assignation en référé ou une instruction judiciaire. Un nouveau délai d'un an pour intenter l'action en justice prend cours au moment où le vendeur aura notifié à l'acheteur, par lettre recommandée, qu'il rompt les pourparlers.

- Le défaut de conformité

Si le vendeur reste en défaut de délivrer le bien avec les caractéristiques stipulées au contrat, l'acheteur dispose d'une action en justice de délivrance contre lui. Cette action n'est pas enfermée dans un délai spécial. S'applique dès lors le délai de prescription de droit commun, c'est-à-dire dix ans pour la vente entre professionnels ou la vente entre un professionnel et un consommateur et trente ans pour la vente entre deux personnes privées.

Rappelons que les garanties légales telles qu'exposées ci-dessus sont automatiquement attachées à toute vente et découlent directement de la loi ou du code civil, tandis que la garantie commerciale, d'origine contractuelle, est offerte de manière facultative par le producteur ou le vendeur du bien.

■ II. La garantie commerciale

Il est loisible au vendeur, producteur ou tout autre professionnel de consentir à ses clients une garantie commerciale, dont les dis-

positions vont au-delà des garanties légales découlant du code civil et de la garantie énoncée par la loi du 21 avril 2004. Le commerçant décide librement des caractéristiques qu'il entend donner à la garantie commerciale (durée, étendue géographique, modes de réparation, etc.). De telles garanties constituent souvent un avantage concurrentiel non négligeable car influant directement sur la décision d'achat du client.

Si de telles garanties commerciales sont consenties à un consommateur, elles ne sauraient cependant mettre en échec le régime des garanties légales. C'est la raison pour laquelle la loi du 21 avril 2004 énonce un certain nombre de conditions qu'elles doivent remplir.

La garantie commerciale doit d'abord indiquer en termes clairs et compréhensibles son contenu et les éléments nécessaires à sa mise en œuvre, notamment sa durée et son étendue territoriale, ainsi que l'adresse du garant. En ce qui concerne en particulier la durée de la garantie, une jurisprudence (certes rendue avant l'entrée en vigueur de la loi du 21 avril 2004: Cour 3 mai 1995 P. 30 p. 181) a décidé que la stipulation dans un contrat d'une telle période de garantie a pour conséquence que toute anomalie dans le fonctionnement de la chose constatée avant l'expiration du délai prévu au contrat sera présumée due à un défaut de fabrication ou à un

vice de la matière. Il appartient dès lors au vendeur de rapporter la preuve d'une cause étrangère qui ne lui est pas imputable, tel que par exemple un défaut d'entretien dans le chef de l'acheteur.

La garantie commerciale doit en outre indiquer la durée de la garantie légale et indiquer que la garantie commerciale ne fait pas obstacle à l'application de la garantie légale et des dispositions du code civil relatives à la garantie.

Elle doit être remise au consommateur par écrit ou sous un support durable (par exemple: un cd-rom) et être rédigée en français ou en allemand, selon le choix du consommateur.

■ Conclusion

Le régime de la garantie de conformité mis en place par la loi du 21 avril 2004 est censé renforcer la protection et la confiance du consommateur. Il est important que le professionnel connaisse parfaitement les obligations qui en découlent pour lui et qui se rajoutent à celles énoncées dans le code civil de livrer la chose convenue, exempte de vices. Une bonne compréhension par le commerçant de ces garanties est primordiale: d'une part pour ne pas être exposé à des demandes de mise en conformité manifestement injustifiées de la part de clients, et d'autre part afin d'être en mesure de juger de l'opportunité d'accorder une garantie commerciale. L'offre d'une telle garantie constitue en effet souvent un facteur déterminant pour le consommateur d'acheter un bien auprès d'un commerçant donné, plutôt qu'auprès de tel autre. ■

Responsabilité en matière de **traitement et de recyclage** des déchets des équipements électriques et électroniques

Le règlement grand-ducal du 18 janvier 2005 relatif aux déchets des équipements électriques et électroniques ainsi qu'à la limitation d'emploi de certains de leurs composants dangereux transpose en droit luxembourgeois la directive européenne 2002/96/CE et la directive 2002/95/CE.

Le règlement du 18 janvier 2005 donne aux producteurs la responsabilité en matière de traitement et de recyclage des déchets résultant des équipements électriques et électroniques (EEE) qu'ils mettent sur le marché luxembourgeois.

Est défini comme producteur toute personne, qui quelle que soit sa technique de vente utilisée, y compris par communication à distance:

- fabrique et vend des équipements électriques et électroniques sous sa propre marque
- revend sous sa propre marque des équipements produits par d'autres fournisseurs
- importe ou exporte des équipements électriques et électroniques à titre professionnel.

Est assimilé au producteur toute personne qui est établie dans un autre Etat et qui à titre commercial fournit des EEE directement à un utilisateur au Luxembourg.

Les producteurs sont notamment responsables:

- du traitement des DEEE collectes (article 7)

- de la valorisation des DEEE collectes (article 8)
- de la prise en charge des frais de collecte à partir des points de collecte pour les DEEE provenant des ménages (article 9)
- du financement de la gestion des DEEE provenant d'origines autres que les ménages (article 10)

Le producteur peut assumer ses responsabilités sur une base individuelle. Le producteur doit communiquer à cette fin à l'Administration de l'environnement les informations sur les modalités respectives de reprise et de collecte sélective, de traitement, de valorisation et de financement.

Le producteur a également la possibilité d'adhérer à un système collectif qui prend alors en charge l'exécution des obligations qui lui incombent en vertu du règlement.

Pour l'instant seul l'A.S.B.L. ECOTREL est agréée par le Ministre de l'Environnement pour endosser l'obligation de ses membres (www.ecotrel.org).

L'article 11 du règlement oblige les producteurs de s'enregistrer auprès du Ministre de l'Environnement.

A cette fin des formulaires online sont mis à disposition des différents producteurs sur le site Internet du Ministère de l'Environnement.

- Les producteurs qui optent pour un système individuel



doivent communiquer les détails demandés, notamment en ce qui concerne les systèmes de collecte, les modalités de traitement et de valorisation mises en œuvre, les modalités de garantie financière, etc.

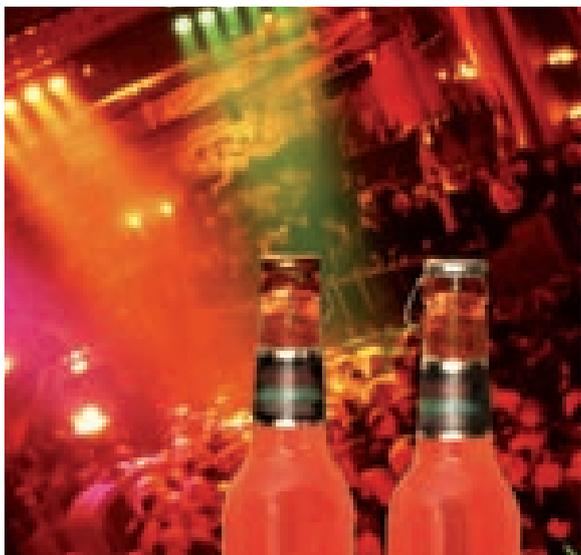
- Les producteurs qui ont décidé de recourir à un système collectif doivent prouver qu'ils ont chargé contractuellement un tel système.

Pour toute information, voir:

[http://www.environnement.
public.lu/guichet_virtuel/GV_
dechets/GV_DEEE/index.html](http://www.environnement.public.lu/guichet_virtuel/GV_dechets/GV_DEEE/index.html)



Alcopops: surtaxe de 6 euros par litre



L'article 12 (10) de la loi budgétaire du 23 décembre 2005, concernant le budget des recettes et dépenses de l'Etat pour l'année 2006 introduit une surtaxe de 600 euros / hl sur certaines boissons alcooliques confectionnées, souvent appelées alcopops, à partir du 1^{er} janvier 2006.

Le règlement grand-ducal du 28 décembre 2005 relatif aux boissons alcooliques confection-

nées définit les produits concernés comme suit:

«Art. 3. l'expression boissons alcooliques confectionnées couvre toutes les boissons ayant un titre alcoométrique acquis excédant 1,2 % vol. mais n'excédant pas 10 % vol., préemballées et constituées par:

- un mélange préalable de boissons alcooliques ou non alcooliques éventuellement additionné d'alcool éthylique;
- un mélange préalable d'une boisson alcoolique ou non alcoolique avec de l'alcool éthylique;
- une boisson ou un mélange préalable de boissons, alcooliques ou non alcooliques, avec addition d'au moins deux des trois éléments suivants: arômes artificiels, sucres ou tout autre édulcorant naturel ou de synthèse, colorants.

Les différents composants des produits susvisés conditionnés

ensemble pour la vente au détail à l'état non mélangé sont traités comme les mélanges préalables.

La simple dilution du vin avec de l'eau n'est pas un mélange préalable au sens du présent règlement».

Cette définition couvre donc notamment tous les produits constitués de:

- mélanges de limonades ou jus avec de la bière, du vin, une autre boisson fermentée ou de l'alcool éthylique;
- les boissons fermentées aromatisées.

En cas de doute quant à la nature des produits que vous commercialisez vous pouvez vous renseigner auprès de l'Administration des Douanes et Accises Tél.: (+352) 290191-229 ou -230, www.do.etat.lu.

(communiqué par l'Administration des Douanes et Accises) ■

Affiliation pour indépendants et pour conjoints aidants

Les formulaires «déclaration d'entrée pour indépendants» et «déclaration d'entrée pour aidants» sont désormais disponibles sur le site internet du Centre commun de

la sécurité sociale (www.ccss.lu/content/formulaires/formul_cat.htm).

Y sont aussi disponibles des instructions aux travailleurs indépendants expliquant: l'affiliation

de l'assuré principal, l'affiliation de l'aidant, la dispense de l'assurance, l'assiette de cotisation et réduction des cotisations pour l'assurance pension, les perceptions des cotisations. ■

Nouveau numéro du périodique «**JurisNews** – Regard sur le Droit du Travail»

Le nouveau numéro du périodique «JurisNews – Regard sur le Droit du Travail» vient de sortir et contient des commentaires et explications concernant des jurisprudences prononcées récemment par le Tribunal du travail.

Le lecteur y retrouve par exemple un arrêt de la Cour quant à la nature juridique de la gratification, et apprend qu'une gratification ne constitue une obligation pour l'employeur à l'égard du salarié qu'à condition qu'elle revête les caractères d'un complément de salaire et que toute idée de libéralité lui fasse défaut.

D'autres affaires commentées dans le numéro du mois de décembre: la faute grave d'un gestionnaire de portefeuille; la protection contre le licenciement lors d'un congé pour raisons familiales; la protection des délégués du

personnel en cas de licenciement collectif; etc..

Cette publication juridique focalise sur le droit du travail luxembourgeois et surtout la jurisprudence administrative, et est censée être un outil de guidage et de consultation dans le travail quotidien.

Elle est destinée aux chefs de personnel, aux responsables des ressources humaines, aux dirigeants et chefs d'entreprises, ainsi qu'aux délégués syndicaux du personnel.

Parution: 10 fois par an sous forme d'une newsletter aux éditions Promoculture.

Prix pour un abonnement annuel: 59,00 EUR.

Pour plus d'infos: Editions Promoculture, boîte postale 1142, L-1011 Luxembourg, fax: 352-40 09 50, tél.: 352-48 06 91, e-mail: promocult@pt.lu. ■



WIRTSCHAFTSAUSKÜNFTE
FORDERUNGSEINZUG

Unternehmensspezifische
Lösungen für ein
erfolgreiches Risk-
Management

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

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX
RECouvreMENT DE CRÉANCES

Solutions spécifiques pour améliorer le
risk-management de votre entreprise

seit/ depuis 1879

Creditreform

Unternehmen Sie nichts ohne uns



Projets de loi pour avis à la **Chambre**

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

■ **Ministère des Transports**

Projet de loi modifiant

- a) la loi modifiée du 10 mai 1995 relative à la gestion de l'infrastructure ferroviaire;
- b) la loi du 28 mars 1997
 1. approuvant le protocole additionnel du 28 janvier 1997 portant modification de la Convention belgo-franco-luxembourgeoise relative à l'exploitation des chemins de fer du Grand-Duché, signée à Luxembourg, le 17 avril 1946;
 2. approuvant les statuts modifiés de la Société Nationale

des Chemins de Fer Luxembourgeois (CFL);

3. concernant les interventions financières et la surveillance de l'Etat à l'égard des CFL et
 4. portant modification de la loi du 10 mai 1995 relative à la gestion de l'infrastructure ferroviaire;
- c) la loi du 11 juin 1999 relative à l'accès à l'infrastructure ferroviaire et à son utilisation;
 - d) la loi modifiée du 29 juin 2004 sur les transports publics. (3015BJE)

■ **Ministère du Travail et de l'Emploi**

Projet de règlement grand-ducal autorisant le Gouvernement à mettre en œuvre des travaux extraordinaires d'intérêt général au cours de l'année 2006. (3014AFR)

Déclaration d'obligation générale de l'avenant à la convention collective du 18 janvier 1990 applicable aux agents des sociétés de service de sécurité et de gardiennage. (3012BJO)

Projet de règlement grand-ducal portant 21^e modification de l'annexe 1 de la loi modifiée du 11 mars 1981 portant réglementation de la mise sur le marché et de l'emploi de certaines substances et préparations dangereuses. (3009MCH)

■ **Ministère de la Justice**

Avant-projet de loi introduisant la responsabilité pénale des personnes morales dans le code pénal et dans le code d'instruction criminelle et modifiant le code pénal, le code d'instruction criminelle et certaines autres dispositions législatives. (3013DAN)

■ **Ministère des Finances**

Projet de règlement grand-ducal relatif aux boissons alcooliques confectionnées. (3011MCH)

Projet de règlement grand-ducal concernant l'assistance administrative entre les Etats membres de la Communauté européenne en matière d'établissement des taxes sur les primes d'assurance. (3001BJO)

■ **Ministère de l'Environnement**

Avant-projet de règlement grand-ducal fixant les prescriptions générales pour les dépôts de gasoil d'une capacité allant de 300 litres à 20.000 litres en matière d'établissements classés et avant-projet de règlement grand-ducal fixant les prescriptions générales pour les stations fixes de distribution de gasoil dont la capacité totale des dépôts est supérieure ou égale à 300 litres et

soumis de Commerce

inférieure ou égale à 20.000 litres en matière d'établissements classés. (3010BJE)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 21 février 2000 concernant la teneur en soufre des combustibles liquides. (3003BJE)

Projet de règlement grand-ducal

- modifiant le règlement modifié du 31 octobre 1998 portant application de la directive 94/62/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 1994 relative aux emballages et aux déchets d'emballages;
- modifiant le règlement grand-ducal du 18 janvier 2005 relatif aux déchets des équipements électriques et électroniques ainsi qu'à la limitation d'emploi de certains de leurs composants dangereux. (2949bisBJE)

■ **Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural**

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 7 juin 2000 concernant la commercialisation des betteraves. (3008MCH)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 24 octobre 2002 fixant les conditions de commercialisation, de production et de certification des semences de plantes fourragères. (3007MCH)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 8 avril 2000 concernant la commercialisation des légumes. (3006MCH)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 9 juin 2000 fixant les conditions de commercialisation, de production et de certification des semences de céréales. (3005MCH)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 28 novembre 2003 fixant les conditions de commercialisation, de production et de certification des semences de plantes oléagineuses et à fibres. (3004MCH)

Projet de règlement grand-ducal complétant le règlement grand-ducal du 3 février 1998 portant exécution de Directives des CE relatives à la réception des véhicules à moteur et de leurs remorques ainsi que des tracteurs agricoles et forestiers à roues. (2999MCH)

■ **Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur**

Projet de règlement grand-ducal actualisant le règlement grand-ducal du 20 décembre 1999 concernant l'établissement de l'indice des prix à la consommation. (3002TCA)

■ **Ministère de l'Education nationale et de la Formation professionnelle**

Avant-projet de loi relatif à l'obligation scolaire.

Avant-projet de loi concernant l'organisation de l'éducation préscolaire et de l'enseignement primaire. (3000TRO)

■ **Ministère de la Sécurité Sociale**

Projet de règlement grand-ducal fixant les coefficients d'ajustement prévus à l'article 220 du Code des assurances sociales. (2998TCA) ■

Nouvelles

Loi du 23 décembre 2005 concernant les recettes et les dépenses de l'Etat pour 2006

Les impôts directs existants au 31 décembre 2005 sont recouverts pendant l'exercice 2006 d'après les lois et tarifs qui en règlent l'assiette et la perception, sous réserve des dispositions suivantes applicables à partir du 1^{er} janvier 2006:

1. le tableau des coefficients de réévaluation figurant à l'article 102, alinéa 6 L.I.R. est remplacé;
2. les prestations en numéraires allouées au titre d'assurance dépendance sont exemptées (article 115, numéro 7 L.I.R.);
3. la bonification d'impôt pour embauchage de chômeurs est prorogée jusqu'au 31 décembre 2008 (loi spéciale concernant la bonification d'impôt pour embauchage de chômeurs);
4. l'éligibilité à la bonification d'impôt pour investissement (article 152 L.I.R.) est accordée aux investissements dans des navires utilisés en trafic international et acquis par une entreprise maritime agréée, sous condition qu'il soit justifié

que dans le passé ledit navire usagé n'a pas déjà été éligible pour la bonification d'impôt au Luxembourg dans le chef d'une entreprise commerciale; cette disposition est applicable aux exercices d'exploitation débutant après le 31 décembre 2005 (loi spéciale concernant le registre public maritime luxembourgeois).

La loi peut être consultée sous: www.impotsdirects.public.lu/legislation/legi05/Loi_concernant_les_recettes_et_les_d_penses_pour_2006.pdf

1. Introduction d'une retenue à la source libératoire sur certains intérêts produits par l'épargne mobilière

2. Abrogation de l'impôt sur la fortune dans le chef des personnes physiques

La loi du 23 décembre 2005 portant introduction d'une retenue à la source libératoire sur certains intérêts produits par l'épargne mobilière est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2006.

D'une part, la loi introduit une retenue à la source libératoire de 10 % sur les intérêts générés par les produits d'épargne des personnes physiques résidentes, à l'exception d'un certain montant exonéré sur un compte d'épargne classique, tout en préservant le secret bancaire. La loi ne s'applique qu'aux agents payeurs établis au Luxembourg qui paient des intérêts ou attribuent le paiement d'intérêts au profit immédiat du bénéficiaire effectif.

Sont notamment soumis à la retenue à la source libératoire:

- les intérêts bonifiés sur les comptes ouverts auprès d'un agent payeur, par exemple les dépôts d'épargne, les dépôts à vue, à terme ou à préavis,
- les intérêts attribués sur un dépôt d'épargne auprès d'une caisse d'épargne logement,
- les intérêts d'obligations.

Ne sont pas soumis à la retenue à la source libératoire notamment:

- les revenus courants et les bénéfices de cession dans les OPC,
- les intérêts, primes, boni et autres avantages accordés sur les comptes courants et à vue, si la rémunération des comptes ne dépasse pas le taux de 0,75 %.

dispositions fiscales

La retenue d'impôt à la source vaut imposition définitive dans le chef du bénéficiaire, personne physique, contribuable résident. Ainsi, le contribuable n'a sur ces revenus plus aucune obligation de déclaration.

Toutefois, cette disposition ne s'applique pas si ces revenus sont imposables au titre de bénéfice commercial, de bénéfice agricole et forestier ou de bénéfice provenant de l'exercice d'une profession libérale.

Il convient de noter que l'agent payeur verse la retenue à l'Etat sans désignation des bénéficiaires des revenus: le secret bancaire est ainsi maintenu et n'est aucunement mis en cause par la présente loi.

Les intérêts qui ne sont bonifiés qu'une seule fois par année sur des dépôts d'épargne, à vue, à terme ou à préavis et qui ne dépassent pas le montant de 250 € par personne et par agent payeur sont dispensés de la retenue à la source.

La retenue à la source libératoire de 10 % est prélevée directement par l'agent payeur établi au Luxembourg et ce lors de chaque attribution de revenus.

D'autre part, la loi abroge à partir de l'année d'imposition

2006 l'impôt sur la fortune des personnes physiques résidentes et non résidentes.

La loi peut être consultée sous: www.impotsdirects.public.lu/legislation/legi05/Retenue_a_la_source_liberatoire_sur_certains_interets_produits_par_epargne.pdf

Institut luxembourgeois de la normalisation, de l'accréditation et de la sécurité des produits et services - projet de loi N° 5516

Le projet de loi sous rubrique a comme objectif d'éviter une multiplication des administrations en regroupant, pour des raisons de complémentarité, d'efficacité et de transparence, plusieurs missions administratives et techniques auprès d'une seule administration.

Les missions que le présent projet de loi souhaite regrouper dans une seule administration sont actuellement dans les attributions de plusieurs structures publiques, dont la métrologie légale qui est attribuée à l'Administration des contributions directes.

Le Service de Métrologie, autrefois qualifié de Service des poids et mesures, est depuis sa création en 1882 attribué à l'Administration des contributions directes. Dans sa fonction de Service national de métrologie légale, l'un des objectifs principaux est de garantir l'exactitude des résultats de mesurage dans le circuit économique.

D'après le projet de loi, le Service de Métrologie est rattaché au futur Institut («ILNAS») et fait fonction de service national de métrologie légale qui a pour principales missions d'exécuter les tâches qui résultent d'exigences réglementaires et qui s'appliquent:

1. aux mesurages,
2. aux unités de mesure,
3. aux instruments de mesure,
4. aux méthodes de mesurage,
5. aux produits préemballés.

L'Institut est placé sous l'autorité du ministre ayant l'Economie dans ses attributions.

Le projet de loi N° 5516 peut être consulté sous:

http://www.impotsdirects.public.lu/archive/newsletter/2005/nl_021205/ILNAS.pdf ■

Dépôt et publicité des comptes annuels: changements importants à partir de 2006

La Chambre de Commerce attire l'attention de ses ressortissants sur le fait que la loi du 19 décembre 2002 concernant le Registre de commerce et des sociétés (RCS) ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises introduit entre autres deux changements significatifs, applicables aux comptes annuels des exercices ayant débuté à par-

tir du 1^{er} janvier 2005. Ces changements portent sur:

- le délai relatif au dépôt et à la publicité des comptes annuels;
- la présentation des comptes annuels.

1. Réduction du délai relatif au dépôt et à la publicité des comptes annuels

L'article 75 de la loi du 19 décembre 2002 dispose que les comptes annuels dûment approuvés sont à déposer au RCS dans le mois de leur approbation et au plus tard sept mois après la date de clôture de l'exercice. Ce délai est donc raccourci par rapport au délai antérieur de 12 mois après la clôture de l'exercice pour la tenue de l'assemblée approuvant les comptes annuels.

2. Modification de la présentation des comptes annuels

La loi du 10 août 1915 concernant les sociétés commerciales offrait plusieurs possibilités quant à la structure du bilan et du compte de profits et pertes. La Chambre de Commerce tient à souligner particulièrement que les articles 34 et 46 de la loi du 19 décembre 2002 ne permettent plus qu'une seule et unique structure de présentation.

L'article 12, 2^e alinéa du code de commerce tel que modifié par la loi du 19 décembre 2002 (Art. 24) dispose que «La teneur et la présentation d'un plan comptable minimum normalisé sont déterminés par un règlement grand-ducal qui définit le contenu et le mode de fonctionnement des comptes repris au plan comptable minimum normalisé». A l'heure actuelle ce règlement grand-ducal n'a pas encore été pris.

La Chambre de Commerce recommande à ses membres de suivre attentivement la publication du règlement précité. Elle informera les entreprises à ce sujet dès publication du règlement grand-ducal.

Il est rappelé que l'article 79 de la loi du 19 décembre 2002 permet aux entreprises visées aux articles 35 et 47 de publier leurs comptes annuels dans une version abrégée (à distinguer selon la taille de l'entreprise) sous réserve des dispositions de l'article 81. Le texte complet de la loi est disponible sur le site Internet de la Chambre de Commerce (www.cc.lu). L'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce se tient à votre disposition pour toutes les questions éventuelles (tél.: 42 39 39-330, e-mail: entreprises@cc.lu). ■



6500 m² modulables pour vos conférences et réunions

Située au cœur du quartier d'affaires du Kirchberg, la Chambre de Commerce vous offre un cadre prestigieux pour l'organisation de vos événements

- 4 grandes salles de conférence
- 36 salles de formation
- Matériel de haute technologie
- Parking privé de 650 places



Votre partenaire pour la réussite

7, rue Alcide de Gasperi
L- 2981 Luxembourg

Tél.: + 352 42 39 39 - 240
Fax: + 352 43 83 26
events@cc.lu www.cc.lu

Indexation et

L'échéance de la dernière tranche indiciaire au 1^{er} octobre 2005 a provoqué un tollé général au sein des différents secteurs d'activité représentés par la Confédération luxembourgeoise du commerce. La clc a donc mené une enquête auprès de ses membres, afin de déterminer les conséquences de l'indexation automatique sur certains aspects de la gestion des entreprises. Les résultats et les conclusions de l'enquête ont fait l'objet d'un rapport présenté aux médias au mois de décembre dernier. Instrument de politique sociale, l'indexation sert à compenser la perte de pouvoir d'achat, éviter les négociations salariales et garantir la paix sociale. Oui, mais ... L'indexation suffit-elle à soutenir la consommation? Quels sont ses effets sur l'économie?

De g. à dr.:
MM. Laurent Schonekert, Fernand Ernster, Erny Lamborelle, Thierry Nothum, Jos Sales et Gary Kneip lors de la conférence de presse intitulée «Indexation et compétitivité» organisée au mois de décembre dernier par la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc)



compétitivité

Certains automatismes dans la rémunération des travailleurs sont le résultat révisable de négociations entre partenaires sociaux et ainsi accordés en fonction de la marche des affaires. D'autres par contre, comme l'adaptation du salaire social minimum et l'indexation automatique des salaires, interviennent sans appel, à des intervalles plus ou moins réguliers. En raison de leur caractère général, l'indexation et le SSM ne tiennent compte ni de l'évolution des marchés et donc de la situation de concurrence entre les économies des différents pays, ni des situations conjoncturelles disparates dans les différents secteurs de l'économie, ni du poids des charges salariales dans la structure des coûts des différentes entreprises, respectivement secteurs.

Le système de l'indexation automatique des traitements et salaires est prôné comme instrument indispensable pour pouvoir maintenir la paix sociale au Grand-Duché. Il faut reconnaître qu'il garantit l'adaptation régulière des salaires à l'évolution des prix à la consommation et évite ainsi la négociation de hausses de salaires entre employeur et travailleur pour compenser la perte du pouvoir d'achat due à l'inflation. Un autre argument plaçant en faveur du maintien de ce mécanisme de révision des salaires qui est souvent avancé dans les discussions, serait l'effet positif d'une augmentation du pouvoir d'achat de la population sur la consommation et donc sur le chiffre d'affaires du commerce. Force est cependant de constater que l'échéance d'une tranche indiciaire au 1^{er} octo-

bre 2004 avait déjà suscité de vives critiques dans les secteurs du commerce, des transports et des services. L'échéance de la dernière tranche indiciaire au 1^{er} octobre 2005 a provoqué un tollé dans les nombreux secteurs représentés par la clc. Le présent rapport tient à dresser un bilan des conséquences de l'indexation automatique sur certains aspects de la gestion des entreprises et à explorer les raisons d'une radicalisation du climat alors que l'indexation devrait, à première vue, être profitable à l'économie en général et au commerce en particulier.

■ Avant d'entrer dans le détail de cette observation, il est utile de rappeler brièvement le fonctionnement de l'échelle mobile des salaires

Ce mécanisme est destiné à adapter les rémunérations, rentes, pensions et autres allocations à l'évolution des prix à la consommation et ainsi à sauvegarder le pouvoir d'achat de la population. Mensuellement, le STATEC établit le niveau de l'indice des prix à la consommation par rapport à une base 100 pour calculer la moyenne mobile semestrielle qui, lorsqu'elle atteint ou dépasse l'ancienne cote d'échéance augmentée de 2,5 %, déclenche le mécanisme de l'échelle mobile des salaires. L'indice des prix à la consommation mesure l'évolution des prix d'un certain nombre de produits et de services de référence et reflète ainsi l'inflation dans le domaine de la consom-

mation privée. Pour pouvoir tenir compte des changements dans les habitudes de consommation et de l'évolution des prix, la pondération des différentes catégories des biens et des services du panier est revue annuellement.

■ Quelles sont actuellement les rubriques qui contribuent à une hausse respectivement à une baisse de l'indice?

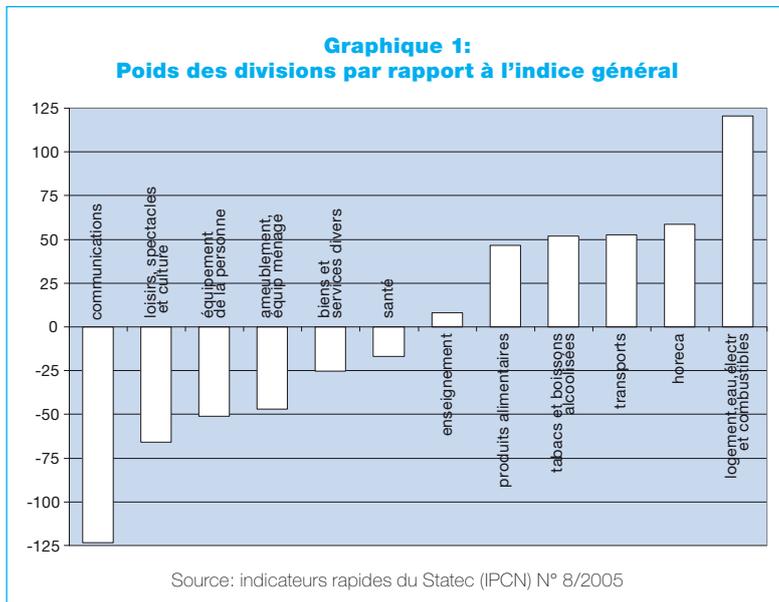
L'indice est composé de douze divisions:

- produits alimentaires et boissons non alcoolisées
- boissons alcoolisées et tabacs
- articles d'habillement et chaussures
- logement, eau, électricité et combustibles
- ameublement, équipement de ménage et entretien
- santé
- transports
- communications
- loisirs, spectacles et culture
- enseignement
- horeca
- biens et services divers.

Il est notoire que la flambée du prix du pétrole est à l'origine de l'inflation galopante au Luxembourg (supérieure à 3 % en octobre 2005) et dès lors de l'évolution de l'indice du coût de la vie. Mais puisque le panier est constitué de plusieurs catégories de biens et de services, certaines contribuent à cette tendance inflationniste, alors que d'autres freinent plutôt ce mouvement.



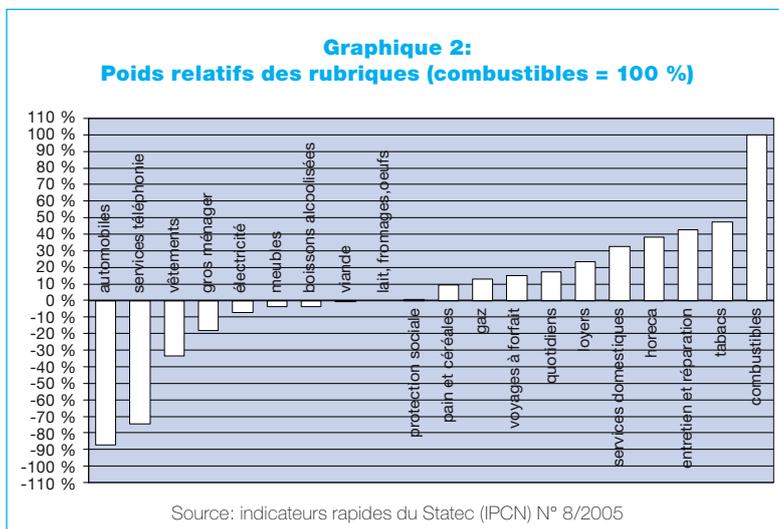
Graphique 1:
Poids des divisions par rapport à l'indice général



Le graphique 1 illustre l'effet exercé par les 12 divisions sur l'indice par rapport à l'inflation moyenne. Leur contribution à faire augmenter ou à faire baisser l'indice dépend de leur pondération par rapport au total de 726,3 millièmes. Ainsi par exemple, l'augmentation du prix de l'enseignement est nettement supérieure à celle de l'indice général. Mais en raison de sa pondération relativement faible (4,1 millièmes seulement), l'impact de l'enseignement sur l'évolution de l'indice général reste marginal. Dans le hitparade

des divisions attisant l'inflation figurent dans l'ordre: «logement, eau, électricité et combustibles», «horeca», «boissons alcoolisées et tabac» et «produits alimentaires». En ce qui concerne plus particulièrement la division «produits alimentaires», il convient de noter que sur la période 1996-2005, l'indice général a été influencé surtout par les produits «pain et céréales, poissons, fruits et légumes». Les produits «viande, lait, fromages et œufs, café, thé et cacao, boissons» sont restés en dessous de l'évolution moyenne.

Graphique 2:
Poids relatifs des rubriques (combustibles = 100 %)



Le graphique 2 illustre le positionnement de certaines rubriques par rapport à l'indice général en tenant compte, de nouveau, de leur pondération dans le panier, mesuré par rapport à l'indice général. L'écart entre l'indice de la rubrique «gros appareils ménagers» et l'indice général est de presque 20 %. En raison de sa faible pondération (0,72 %) dans le panier, la baisse des prix dans cette branche n'a qu'une faible incidence sur l'indice général. Il devient apparent que les rubriques «quotidiens, tabacs, combustibles, services domestiques, entretien et réparation, loyers et horeca» sont les rubriques qui contribuent le plus à l'augmentation de l'indice.

Dans les rubriques «gros ménagers, téléphonie, vêtements et automobiles», le Stateg enregistre une tendance déflationniste. Afin de pouvoir préparer la présente note et tirer un certain nombre de conclusions, la clc a récemment questionné ses membres sur l'indexation automatique des salaires.

■ Les résultats de l'enquête sur les effets de l'indexation

L'enquête menée repose sur un échantillon de 160 entreprises des secteurs du commerce, des transports et des services. Composé de commerces spécialisés et entreprises de la grande distribution, détaillants et grossistes, transporteurs et prestataires de services, employant au total plus de 9.000 travailleurs, le présent échantillon permet de donner une image assez fidèle du climat et des conséquences de l'indice sur la future politique d'entreprise.

Le questionnaire s'est limité aux conséquences de l'indexation sur les salaires et traitements. Bien que beaucoup de contrats commerciaux fassent également référé-

rence à l'indice du coût de la vie et attisent ainsi l'inflation lors de chaque échéance d'une tran-

che indiciaire, ils n'ont pas fait l'objet d'une analyse plus approfondie.

Structure de l'échantillon:

alimentation/articles de ménage	30 entreprises
équipement de la personne	30
équipement de la maison	22
transports	21
multimédia	10
culture/loisirs	10
TIC	7
combustibles	6
immobilier	4
automobile	4
pharmaceutique	4
autres	12

Questions de l'enquête:

Comment jugez-vous l'impact de l'échéance de la tranche indiciaire au 1^{er} octobre 2005:

très important	16	par rapport aux entreprises interrogées:	14 %
important	59		52 %
peu important	32		28 %
insignifiant	7		6 %

Quelles seront les conséquences de cette échéance sur votre stratégie commerciale?

je subirai une réduction de ma marge	70 %
j'essaierai d'augmenter mon chiffre d'affaires	33 %
j'adapterai mes prix de vente	26 %
je réduirai mes dépenses de communication	19 %
je sous-traiterai à des entreprises au Luxembourg	5 %
je sous-traiterai à des entreprises à l'étranger	10 %
j'envisage de cesser mes activités au GDL	5 %
j'envisage de réduire mes activités au GDL	2 %

Quelles seront les conséquences de l'indexation sur votre politique en matière de ressources humaines?

je réduirai le nombre de postes:	réduction de 221 postes de travail soit 2,4 % des effectifs
je bloquerai certains avantages extralégaux:	pour 35 entreprises, soit 22 % des entreprises interrogées
je réduirai mes dépenses en formation:	pour 20 entreprises, soit 13 % des entreprises interrogées

L'augmentation de votre CA permettra-t-elle d'élaborer le coût supplémentaire de l'indice?

oui	pour 19 entreprises, soit 12 %
non	pour 95 entreprises soit 59 %
ne sais pas	pour 46 entreprises soit 29 %

Quelle est l'incidence de l'augmentation du pouvoir d'achat sur votre chiffre d'affaires?

aucune	pour 99 entreprises, soit 62 %
faible	pour 36 entreprises, soit 22 %
positive	pour 18 entreprises, soit 11 %
ne sais pas	pour 8 entreprises, soit 5 %

■ Comment l'entrepreneur peut-il absorber cette nouvelle charge?

Le coût d'une tranche indiciaire pour l'économie se chiffre à plus de 310 millions d'euros. Le plus grand distributeur au Luxembourg doit à lui seul absorber l'équivalent de 2,8 millions supplémentaires par an. Pour pouvoir absorber ou compenser toute nouvelle charge, l'entrepreneur peut, en simplifiant, soit ajuster ses prix de vente, soit essayer d'augmenter son chiffre d'affaires, soit améliorer sa productivité en réduisant ses charges. En cas de marge de manœuvre suffisante par rapport à ses concurrents, le commerçant augmentera ses prix de vente. Or, il est notoire que dans beaucoup de secteurs, la situation de concurrence est telle que l'en-



trepreneur ne peut pas recourir à cette première solution. Il ressort d'ailleurs de l'enquête qu'un quart des entreprises seulement envisage une adaptation de ses prix. Qui plus est, dans le commerce en général, dans certaines branches du secteur des services ainsi que dans les transports de marchandises, la conjoncture n'est pas au beau fixe. Dans le commerce de détail, la progression naturelle du chiffre d'affaires (en volume) s'est ralentie depuis le début de l'année 2004.

A partir de l'été de l'année dernière, cette tendance s'est amplifiée et depuis peu, le commerce de détail subit un recul net de ses

ventes. Dans certaines branches, même le chiffre d'affaires en valeur est en régression, ce qui montre que les adaptations de prix n'arrivent plus à compenser la chute des volumes. La rentabilité de nombreuses entreprises, voire de branches toutes entières, est fortement compromise. La réduction du chiffre d'affaires notamment en volume est d'autant plus étonnante que le nombre d'habitants progresse toujours de 0,75 en moyenne par an et qu'à consommation égale, le chiffre d'affaires aurait dû, en toute logique, augmenter linéairement dans les mêmes proportions.

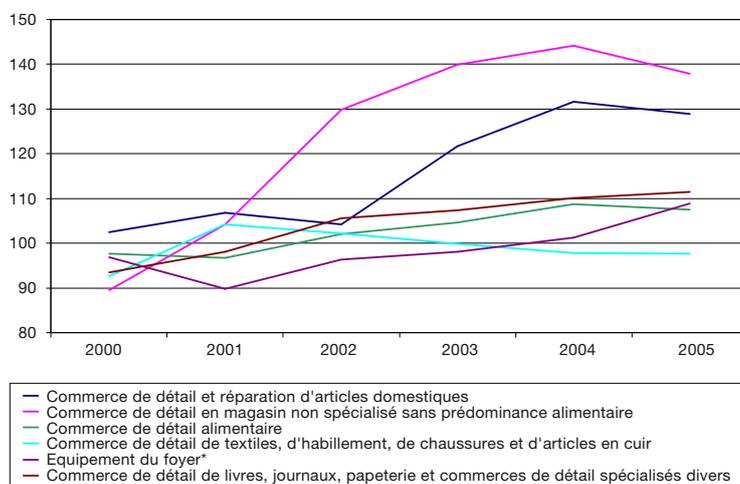
Tandis que dans beaucoup de branches les prix à l'achat augmentent, la situation de concurrence et, par ricochet, la pression accrue sur les prix de vente réduisent considérablement la marge bénéficiaire. Dans d'autres secteurs, tels que les transports par exemple, le phénomène est tout à fait comparable.

Autre possibilité pour faire face à ces coûts supplémentaires, le commerçant réduit ses coûts. Mais où chercher ce gain de productivité, sachant que la moitié de ses coûts représente des frais de personnel, et que d'autres charges, telles que l'énergie ou les prix des loyers, sont également à la hausse et, de surcroît, difficilement compressibles?

Force est également de constater que certains monopoles (dans le domaine de l'énergie par exemple) rendent difficiles, voire empêchent toute négociation de contrats. Le commerce était depuis longtemps un créateur d'emplois durables. Or, la suppression à court ou moyen terme de nombreux postes de travail, ainsi que les économies qui seront réalisées au niveau des avantages extralégaux ou de la formation dans le but d'améliorer la productivité, conduisent à une précarisation de beaucoup de postes.

La même observation vaut pour le secteur indigène des transports de marchandises qui, depuis l'élargissement de l'UE, souffre d'une perte de sa compétitivité provoquant un déséquilibre flagrant entre coûts et recettes. L'indexation automatique devrait, de l'avis de certains milieux, augmenter le pouvoir d'achat et dès lors stimuler la consommation. Les statistiques montrent cependant que la tranche indiciaire échue en 2004 n'a pas eu un effet durable sur le chiffre d'affaires.

Graphique 3:
Evolution du chiffre d'affaires en volume au 1^{er} semestre



Source: Statec / novembre 2005

Le graphique 3 montre que dans le commerce de détail, l'évolution récente est plus que décevante. Au cours des sept premiers mois de l'année 2005, le chiffre d'affaires en volume dans le commerce de détail a diminué de 2,4 % (!) par rapport à la même période de l'année précédente. Quelques branches isolées seulement, dont l'équipement de la maison, peuvent se féliciter d'une

amélioration de leur performance. Cette performance reste relative, vu que pour la première fois au cours des dernières années, le chiffre d'affaires de cette branche vient de se hausser au-delà du volume réalisé en 2000.

Pendant la même période d'observation, le chiffre d'affaires en valeur a régressé de 1,6 %. Au problème du recul des ventes s'ajoute l'effritement de la marge.

■ Le pouvoir d'achat augmente mais la consommation ne suit pas, voire diminue

Ce phénomène est constaté dans la majorité des autres pays de l'Union. Les causes de ce phénomène sont probablement multiples:

- un effritement de la confiance du consommateur en raison de l'augmentation du chômage, du ralentissement économique et de l'explosion des prix de l'énergie,
- l'exportation du pouvoir d'achat notamment vers des pôles commerciaux à l'étranger,
- un changement dans les habitudes de consommation, avec

une forte tendance en faveur du «smart-shopping»,

- la progression du discount,
- un certain degré de saturation,
- l'essor de la vente par correspondance, dont e-commerce,
- le fait de privilégier l'épargne,
- le poids croissant des coûts d'habitation dans les budgets des ménages avec en parallèle un plus fort endettement.

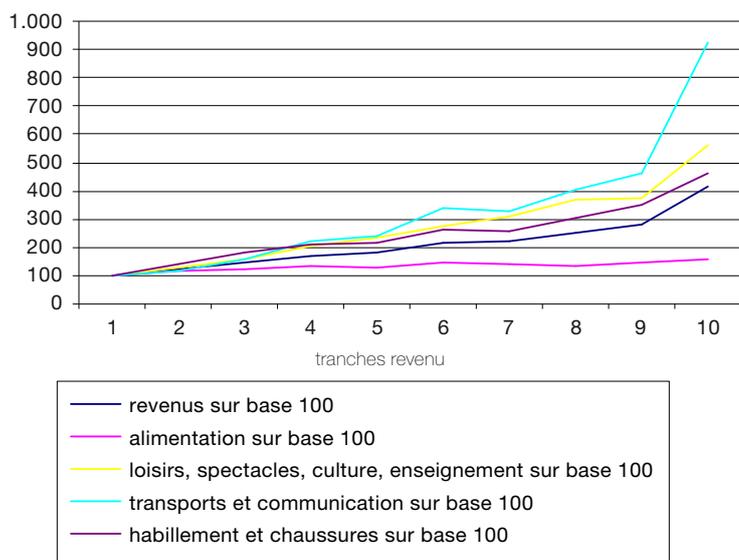
L'enquête «budget des ménages 1998» du Stateg indique également que même en période «normale», l'augmentation des revenus n'est pas réinvestie à proportions égales dans les différentes catégories de la consommation.

■ Le phénomène de l'exportation du pouvoir d'achat

L'augmentation du pouvoir d'achat profite outre au secteur de l'automobile, essentiellement au tourisme. Sachant que les consommateurs profitent de leurs vacances à l'étranger pour faire des achats, notamment dans le domaine de l'équipement de la personne, cette évasion naturelle du pouvoir d'achat explique probablement la très faible performance de ce secteur au Luxembourg, alors que, théoriquement, les dépenses pour vêtements et chaussures augmentent fortement avec la progression des revenus. Aussi en raison de la forte proportion de travailleurs frontaliers qui dépensent la majeure partie de leurs revenus dans leur pays de résidence, il est évident que le commerce ne peut pas profiter 1 pour 1 du pouvoir d'achat additionnel généré par l'indexation automatique.

La clc doit donc réfuter les arguments d'aucuns que l'indexation profite en premier lieu au commerce. La réalité fait que pour la majorité des entreprises du secteur du commerce, les charges supplémentaires à supporter avec chaque échéance d'une tranche indiciaire sont supérieures aux gains réalisés grâce au pouvoir d'achat additionnel qui est réinvesti dans les biens de consommation.

Graphique 4:
Evolution revenus/dépenses



Dans les ménages, les dépenses pour produits alimentaires n'augmentent que très faiblement par rapport à la progression de leur revenu. Par contre, avec la progression des revenus, les dépenses dans les catégories «transports et communication» (dont l'achat d'automobiles) et «loisirs, spectacles, culture et enseignement» (dont aussi les dépenses pour vacances) s'accroissent à un rythme largement supérieur à celui d'autres catégories de

dépenses. Parmi les 160 entreprises enquêtées, seulement 11 % étaient d'avis que l'augmentation du pouvoir d'achat aurait une incidence positive sur leur chiffre d'affaires. Il n'est pas étonnant de retrouver dans cette catégorie entre autres des agences de voyages et des entreprises du secteur automobile qui sont d'avis que l'augmentation de leurs coûts salariaux sera compensée par l'accroissement de leur chiffre d'affaires.

■ Conclusions et revendications de la clc

Depuis un an et demi, les marges s'effritent en raison d'une pression toujours plus forte sur les prix de vente. En même temps, les prix à l'achat respectivement les autres charges augmentent constamment. Pour de nombreux secteurs à forte intensité en main-d'œuvre, l'indexation comme d'ailleurs aussi l'adaptation régulière du salaire social minimum, portent atteinte



à la compétitivité. Ces mêmes secteurs emploient souvent du personnel faiblement qualifié et sont directement touchés par une adaptation du SSM. Qui plus est, tant les résultats de notre enquête que les chiffres statistiques indiquent que l'augmentation régulière du revenu des ménages, grâce à l'indexation ou à l'adaptation du salaire social minimum, ne profite que très peu au commerce.

La différence entre l'évolution des chiffres d'affaires en volume et celle des chiffres d'affaires en valeur (0,8 %) correspond à l'augmentation, en 1 an, des prix de vente. Cette augmentation extrêmement faible prouve d'ailleurs que le commerce a absorbé la majeure partie de la hausse de ses coûts par une réduction de ses marges. Contrairement aux affirmations d'aucuns, l'inflation, avec un taux avoisinant les 3 %, n'est certainement pas imputable au commerce. Alors que pendant de longues années, la progression constante du chiffre d'affaire avait permis d'absorber les augmentations périodiques des charges salariales, la régression actuelle des chiffres d'affaires fragilise l'économie et fait que bon nombre d'entrepreneurs n'arrivent plus à compenser l'augmentation de leurs charges.

Ils se voient obligés de recourir à des méthodes classiques du «cost cutting»:

- la réduction du personnel,
- la sous-traitance,
- la réduction des investissements,
- la réduction, voire même la cessation de leurs activités.

Il est urgent de prévoir des actions ciblées pour améliorer la

compétitivité des entreprises de nos secteurs. La clc soutient les propositions de l'UEL d'introduire un «indice social», limité à 1,5 fois le salaire social minimum. La clc est également d'avis qu'une révision du panier et de la pondération des produits et des services, ainsi qu'une neutralisation de l'effet de certaines taxes ou contributions sur l'indice doivent être envisagées. Puisque la majorité des travailleurs employés dans le commerce touche une rémunération égale ou proche du salaire social minimum, l'introduction d'un indice social ne contribuerait que très peu à contenir la hausse des coûts salariaux dans ce secteur. Cependant, vu les effets pervers de ces instruments de politique sociale sur certains secteurs vitaux de notre économie, la clc doit exhorter le Gouvernement d'aider ces secteurs à accroître leur rentabilité.

Dans le commerce plus spécifiquement, il est indispensable:

- de redresser la tendance à la baisse de la consommation intérieure. La clc préconise à cet effet de:
 - rétablir la confiance du consommateur en donnant des signaux forts, comme quoi le Gouvernement maîtrise la «crise» et est capable de prendre des décisions qui font sortir le pays de la situation actuelle,
 - adopter comme leitmotiv de faire du Luxembourg la capitale régionale du commerce,
 - lancer une campagne de communication pour encourager la consommation au Luxembourg,

- libéraliser les heures d'ouverture,
- de soutenir la compétitivité du commerce indigène:
 - en maintenant les taux de TVA actuels,
 - aidant le commerce luxembourgeois à pouvoir se libérer des contraintes de contrats d'«exclusivité territoriale» et à profiter ainsi de circuits d'approvisionnement plus avantageux,
 - adoptant une approche volontariste afin de ne pas pénaliser, sinon même de privilégier les entreprises luxembourgeoises dans le cadre des soumissions publiques,
 - révisant les normes environnementales et prescriptions en matière de sécurité dans le cadre de la procédure commodo/incommodo,
- d'encourager davantage le développement de concepts de vente en ligne,

Dans le secteur des transports, les entrepreneurs s'attendent à:

- une transposition un pour un de la directive européenne sur la durée de travail,
- l'introduction d'un diesel professionnel,
- l'abrogation de l'Eurovignette,
- une réforme du droit d'établissement afin de supprimer l'obligation du dépôt de garanties bancaires,
- une ouverture des zonings aux entreprises de transport,
- la possibilité de recruter des chauffeurs des nouveaux Etats membres de l'UE.

(communiqué par la clc) ■

New Year, New contacts New horizons



WHY JOINING THE BRITISH CHAMBER OF COMMERCE FOR LUXEMBOURG CAN HELP YOU

It is the forum for the English-speaking business community in Luxembourg where you can:

- attend a series of pertinent and topical events the Chamber runs throughout the year in English ·
- network with like-minded, professional people in a vibrant business and social environment ·
- obtain information in English about doing business in Luxembourg ·
- present or showcase your firm's expertise, products and services ·
- raise your firm's profile by sponsoring one of the Chamber's many events ·

To join the Chamber,
or to find out about upcoming events,
visit the website at www.bcc.lu or
call the office on +352 465 466



The British Chamber of Commerce for Luxembourg

Entrée en vigueur d'un **nouveau système de recyclage** pour déchets électriques et électroniques



Le Luxembourg abandonne le système du «pollueur payeur» au profit d'un nouveau système «consommateur payeur»

Le 29 décembre 2005, Michel Rodenbourg, président, et Bernard Mottet, directeur de l'asbl «Ecotrel», ont présenté à la presse le nouveau système de recyclage pour les équipements électriques et électroniques qui est effectif depuis le 1^{er} janvier 2006.

L'association sans but lucratif Ecotrel a été créée en réponse aux directives européennes 2002/95 et 2002/96 transposées en droit luxembourgeois via le règlement grand-ducal du 18 janvier 2005. Ce règlement impose aux producteurs et aux importateurs d'équipements électriques et électroniques (EEE) de garantir le financement des futurs déchets issus des EEE mis sur le marché luxembourgeois depuis le 13 août 2005 lorsque les consommateurs voudront s'en débarrasser et de financer l'enlèvement dès la sortie des parcs à

conteneurs et le traitement écologique des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) qui seront repris par les réseaux de collecte communaux et étatiques à partir du 1^{er} avril 2006.

Ecotrel a été créée à l'initiative du Groupement matériel électrique au sein de la Confédération luxembourgeoise du commerce (clc). Dès le début, la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et la Fédération des artisans se sont associées à cette initiative. Aujourd'hui, Ecotrel compte plus de 200 membres parmi les plus importants du marché et représente plus de 80 % des importations d'EEE au Luxembourg.

Ecotrel a pour mission d'endosser les obligations à charge de ses membres de la façon la plus

pragmatique et la plus économique qui soit. Pour ce faire, Ecotrel fait appel à des professionnels de la collecte, du démontage, de la réutilisation, du traitement, du recyclage et d'autres méthodes de valorisation des DEEE. Ecotrel veille également à utiliser les structures de collecte existantes, à savoir les parcs à conteneurs communaux et syndicaux et les collectes de la SuperDrecksKëscht fir Biirger.

■ La cotisation de recyclage: entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2006

Il s'agit d'une cotisation qui grève le prix de vente des EEE depuis leur importation (ou leur production) et qui est répercutée jusqu'au consommateur final. Cette cotisation représente le plus fidèlement possible les coûts de traitement des DEEE issus des EEE concernés. Un tarif indique clairement les différentes cotisations en fonction du type d'EEE. Via cette cotisation de recyclage, Ecotrel garantit également le traitement de l'EEE acheté aujourd'hui lorsqu'il deviendra déchet et que le consommateur voudra s'en débarrasser. Dans un souci de transparence, Ecotrel demande à ses membres de mentionner visiblement la cotisation de recyclage jusqu'au consommateur final. En effet, le consommateur final doit avoir conscience du changement profond induit par la Commission européenne, à savoir: Je paie pour le recyclage du déchet dès l'achat de l'appareil!

Contribution des **patronales** à la



organisations

résorption du chômage



Lors des discussions au Comité de Coordination tripartite, l'Union des Entreprises Luxembourgeoises a exposé ses propositions de nature à endiguer et à diminuer le chômage au Luxembourg.

Dans le cadre des mesures existantes, les organisations patronales se proposent d'investir leurs efforts principalement dans l'augmentation de l'employabilité des jeunes demandeurs d'emploi en donnant un nouvel élan à la création de postes d'apprentissage, d'un côté, et à la conclusion de stages d'insertion, de l'autre. La population cible comprend ainsi tant les jeunes qui aspirent à accomplir leur formation initiale par le biais de l'apprentissage que ceux qui disposent déjà d'une formation initiale mais qui nécessitent une formation pratique sur le tas, moyennant stage d'insertion, afin de leur permettre d'accomplir leur future tâche professionnelle.

■ Les postes d'apprentissage

Il appartient principalement aux chambres patronales professionnelles de s'engager dans la promotion de l'apprentissage et d'intervenir ensemble avec les fédérations patronales sectorielles auprès des entreprises pour augmenter de façon

significative le nombre de postes d'apprentissage et pour donner accès par cette voie à un plus grand nombre de jeunes à une telle formation. Le but poursuivi serait d'augmenter le nombre de postes d'apprentissage de quelque 1.000 unités. Ainsi, le seul secteur de l'artisanat envisage de porter le nombre de jeunes sous contrat d'apprentissage de 1.300 à l'heure actuelle à 2.000 à partir de l'exercice prochain.

Les chambres professionnelles patronales se proposent encore, par le biais des conseillers d'apprentissage, de sensibiliser les jeunes détenteurs d'un CATP qui ne trouvent pas d'emploi en vue de les réorienter moyennant requalification vers un autre métier.

■ Les stages d'insertion

Les stages d'insertion doivent s'adresser à des jeunes demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM qui ont accompli un cursus scolaire complet. A l'heure actuelle, les jeunes sont trop souvent orientés vers des contrats d'auxiliaire temporaire



(CAT) dans l'espoir de les voir rapidement absorbés par le marché du travail. Ces jeunes se retrouvent en quelque sorte en situation statique sans pour autant voir évoluer ou s'améliorer leur employabilité. Au contraire, les CAT alimentent souvent chez les jeunes des aspirations à entrer dans la fonction publique ou communale, qui conclut la plupart de ces contrats.

Les organisations patronales s'efforceront de multiplier les conventions cadres permettant d'accueillir des jeunes en stage d'insertion en milieu professionnel. Ces conventions cadres sont à conclure entre, d'une part, l'ADEM et, d'autre part, les entreprises ou les fédérations sectorielles et chambres professionnelles patronales. Les entreprises en question qui relèvent surtout de l'industrie et du secteur financier seront invitées à utiliser davantage que par le passé cette voie de formation pour permettre à un plus grand nombre de jeunes inscrits à l'ADEM de parfaire leur formation et de disposer ainsi de

meilleurs atouts pour se positionner sur le marché du travail.

La proposition UEL vise ainsi à drainer ces profils vers les entreprises à la recherche de personnes qualifiées qui, pour devenir pleinement opérationnelles, doivent suivre une formation professionnelle étendue de nature surtout théorique. Le Fonds pour l'Emploi prenant quelque 50 % de l'indemnité du stage d'insertion à sa charge, les entreprises y trouvent un avantage certain d'ordre pécuniaire.

Pour les jeunes, ce stage présente l'avantage de leur offrir une formation en entreprise et qu'ils pourront par la suite valablement concurrencer les personnes ayant déjà à leur actif une expérience professionnelle.

En d'autres termes, l'entreprise se verrait gratifiée de son effort de formation, ayant au moyen de ce stage la possibilité de dispenser elle-même une formation sur mesure à ses nouvelles recrues au lieu de devoir recruter sur le mar-

ché du travail des salariés ayant déjà acquis une expérience professionnelle. Le régime pécuniaire favorable ne ferait qu'honorer ces efforts. Inutile de préciser que l'entreprise aurait la possibilité d'observer le jeune stagiaire et, au cas où il présenterait les capacités et les diligences requises, pourrait l'embaucher en priorité, conséquence logique de son investissement en terme de formation.

A noter dans ce contexte que la durée des stages d'un an telle que prévue par la législation en vigueur peut s'avérer insuffisante pour certaines tâches professionnelles dans un environnement de travail de plus en plus complexe.

Cette mesure est de toute évidence de nature à augmenter la proportion de résidents sur le marché national de l'emploi, d'où son intérêt au regard de la situation des finances publiques et de l'économie en général.

Les propositions des organisations patronales peuvent être résumées à l'aide du tableau ci-dessous:

Propositions des organisations patronales					
Mesures tendant à résorber le chômage	Population cible (à titre indicatif mais non exhaustif)				
	Jeunes		Demandeurs d'emploi inscrit à l'ADEM		Salariés et demandeurs d'emploi
<i>Mesures s'inscrivant dans l'effort de solidarité des entreprises:</i>	en voie de formation initiale	avec formation initiale accomplie, récemment inscrits à l'ADEM	âgés	difficilement plaçables	à faible niveau de formation
1 apprentissage	X				
2 stage d'insertion		X			
<i>Propositions s'adressant au législateur:</i>					
3 salaire social minimum formation					X
4 contrat de travail à durée déterminée			X	X	
5 périodes d'essai allongées			X	X	
6 prêt temporaire de main-d'œuvre			X	X	
7 grilles de salaire établies sur les performances et les compétences			X		

■ Les autres mesures

Il est entendu que les moyens à mettre en œuvre pour diminuer le chômage ne se limitent pas aux seules propositions concrètes de l'UEL. Ainsi par exemple, l'opportunité du recours à d'autres mesures doit également être analysée. En outre, la diminution du chômage doit nécessairement s'accompagner d'une modernisation du droit du travail. Ainsi, des mesures de type de réglementation du travail sont supposées entraîner un impact positif sur le niveau de l'emploi en général et doivent favoriser ainsi le recrutement de

tous les demandeurs d'emploi, en particulier les demandeurs âgés et les demandeurs très difficilement plaçables.

Il va sans dire que les mesures proposées par l'UEL doivent, pour être véritablement efficaces, s'intégrer dans un concept global visant, d'une part, à diminuer le chômage et, d'autre part, à promouvoir la création d'emploi. Il s'agit pour les partenaires sociaux et pour le Gouvernement de donner les bonnes réponses aux problèmes de plus en plus complexes que pose notre marché du travail.

(Communiqué par l'UEL) ■



ASSOCIATION LUXEMBOURGEOISE DES CONSEILS COMPTABLES ET FISCAUX

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

Visitez notre nouveau site
www.ALCOMFI.lu

ALCOMFI ASBL • BP 477
L-2014 Luxembourg

Conférence 21 mars à 15:00

com.lu

Diversité dans l'entreprise: une réponse au handicap et aux autres motifs de discrimination

Suite à la signature par les syndicats LCGB et OGB-L et l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) de la «Charte commune pour promouvoir l'égalité des chances et l'accès à l'emploi des personnes porteuses de handicaps», le Commissariat du Gouvernement aux Etrangers / Ministère de la Famille et de l'Intégration, le Ministère du Travail et de l'Emploi et les partenaires sociaux

ont l'honneur de vous inviter à cette conférence qui aura lieu à la Chambre des Métiers, à l'occasion de la Journée Internationale pour l'Élimination de la Discrimination Raciale.

Cette conférence s'insère dans une démarche de sensibilisation devant relever le défi de promouvoir l'égalité des chances pour tous en milieu professionnel.

Pour le programme détaillé et / ou votre inscription avant le 10 mars 2006 veuillez nous contacter par fax: 478 3672 ou par email: diversite@uel.lu



La conférence se tiendra en langue française et est gratuite. L'accueil des invités aura lieu à partir de 14h30.

Cette conférence est soutenue par le Programme d'Action Communautaire de lutte contre la discrimination 2001-2006. Pour de plus amples informations voir:
http://europa.eu.int/comm/employment_social/fundamental_rights/index_fr.htm

Le Président Jean Meyer présente **son programme**

d'action en 10 points



Au cours de la réunion extraordinaire du Conseil d'administration de l'ABBL du 29 novembre 2005, le Président de l'ABBL Jean Meyer a présenté aux administrateurs les conclusions des consultations internes menées avec les membres de l'Association.

Le programme tourne autour de trois préoccupations majeures:

- Accentuation de la communication tant interne qu'externe, y compris la promotion
- Amélioration de la compétitivité et l'attractivité du centre financier
- Renforcement de la cohérence et la solidarité parmi les membres de l'ABBL

Le Conseil d'administration a approuvé le programme détaillé du Président, dont les principaux points d'action peuvent être résumés comme suit:

1. Dans une optique de transparence, l'ABBL communiquera avec ses membres de façon régulière et les consultera davantage sur les dossiers importants en mettant en place des outils plus performants.

2. L'ABBL va œuvrer pour soutenir plus activement les membres dans la communication avec leurs maisons-mères en soulignant davantage les atouts du Luxembourg. Une veille compétitive sera lancée en 2006 pour faire face à ce défi.

3. Les investissements dans la promotion internationale décidés par le passé seront poursuivis de façon systématique en privilégiant les marchés cibles des membres de l'ABBL.

4. La présence médiatique de l'Association à Luxembourg doit également être renforcée. Il est important que le public luxembourgeois comprenne l'enjeu de l'activité bancaire pour notre pays.

5. L'ABBL renforcera sa collaboration avec la Chambre de Commerce et les associations soeurs de la place financière. Par la fédération des associations au sein de PROFIL, il s'agira d'aboutir à un lobbying national et international encore plus efficace.

6. L'ABBL va œuvrer afin d'aboutir à une réglementation plus ciblée pour les banques. Le centre financier luxembourgeois a connu une importante vague réglementaire au cours de la dernière décennie. Un équilibre devra être recherché entre la volonté de maintenir une place financière saine et crédible et les risques inhérents à une forte réglementation susceptible d'empêcher un développement harmonieux des affaires. La place luxembourgeoise est particulièrement vulnérable sur ce point alors

que la plupart des acteurs sont des entreprises de taille modeste. L'utilité de nouvelles règles devra être examinée de cas en cas.

7. Au niveau des relations sociales, l'ABBL doit faire face à des plaintes répétées et accrues de la part de ses membres. Les automatismes inhérents à l'échelle mobile des salaires et les échelons d'ancienneté inscrits dans la convention collective provoquent une rigidité de l'évolution des coûts salariaux de plus en plus difficile à faire accepter par les actionnaires étrangers.

8. Les efforts de formation des collaborateurs seront poursuivis et améliorés. L'IFBL a achevé la réforme de ses structures internes pour mieux répondre aux besoins des clients. Il est donc désormais bien armé pour offrir une offre de formation encore plus ciblée. Le life-long learning devra devenir une composante indispensable de la culture d'entreprise des acteurs financiers luxembourgeois. L'ABBL va soutenir activement la Luxembourg School of Finance dans ses cycles de formation et ses projets de recherche.

9. L'ABBL prendra mieux en considération la capacité contributive des membres individuels pour le financement de son Secrétariat. Un groupe de travail examine depuis quelques semaines déjà le principe et le montant des cotisations des membres.

10. Parallèlement aux groupes de travail de type "horizontal" (Commission Juridique, Com-

mission Fiscale...), l'ABBL constituera des groupes de travail focalisés sur les activités des membres (private banking, corporate finance,

retail banking, etc.) dans le but de mieux suivre les activités de ses membres et pour pouvoir réagir plus vite par rapport aux évolutions du

marché. Ces groupes devront aussi servir de relais pour des activités de promotion plus ciblées. Pour plus d'informations: www.abbl.lu. ■

Groupement Transports

Marianne Welter, nouvelle **patronne des routiers**

Marianne Welter vient de succéder à Jean Moes à la tête du Groupement Transports. Âgées de respectivement 37 et 40 ans, Marianne et Viviane Welter sont associées gérantes de l'entreprise familiale Arthur Welter Transports située à Leudelange. Créée par leurs parents en 1962, cette entreprise exploite aujourd'hui un centre logistique et une flotte de plus de 270 véhicules moteurs.

Marianne Welter préside ainsi une fédération qui défend les intérêts de plus de 260 entreprises issues du secteur des transports routiers et de la logistique. Elle sera épaulée dans sa nouvelle tâche par deux vice-présidents, MM.



Fernand Conrardy (Eurotrack) et Henri Rinnen (Rinnen Transports) et ainsi qu'une équipe de dix autres collègues-transporteurs qui, ensemble, forment le nouveau comité: Mme Suzette Lies-

Mayer (Lies Transports), MM. Patrice François (Express Leroy Transports), Jean Kasel (Lentz Logistics), Arthur Lorang (Transports JP Lorang), Laurent Metz (Laubach), Nico Roesgen (Déménagements Tranelux), Klaus Saue-rwein, René Thein (Adam Offer-geld), Philippe Theobald (ECS Logistics) et Marc Wiltzius (Transports Hein).

Parmi les priorités du Groupement Transports, affilié à la clc, figurent la transposition de la Directive européenne sur les temps de travail du personnel mobile, la sécurité routière et la compétitivité du secteur des transports luxembourgeois.

(communiqué par la clc) ■

Online-Shop
www.ehm.de

Fordern Sie unsere
kostenlose Preisliste an!

Papier Ehm GmbH
54282 Trier · Metternichstraße 37
Tel. 0651/1 46 55-0
Fax 0651/1 46 55-18
vertrieb@ehm.de

- ▶ Bürobedarf
- ▶ Kartonagen/Verpackungen
- ▶ Hygieneartikel
- ▶ Dekoartikel / Einweggeschirr

Papier Ehm

Girls' Day 2006 – Aidez les filles à construire leur avenir professionnel

Depuis 2002, Le Girls' Day, une initiative complémentaire à l'orientation professionnelle axée sur les filles, connaît un succès croissant au Luxembourg. Le 11 mai 2006, le Girls' Day, une initiative complémentaire à l'orientation professionnelle axée sur les filles, aura lieu pour la cinquième fois au Luxembourg. Cette journée spéciale veut rapprocher jeunes femmes et monde du travail. Son objectif est d'inciter les jeunes femmes à diversifier leurs choix professionnels, choix souvent très limités, soit par un manque d'information, soit par la persistance de stéréotypes. En 2005, 340 filles de 13 à 20 ans ont profité de 87 offres dans 70 entreprises.

Durant une journée, les filles qui fréquentent un établissement scolaire de l'enseignement secondaire (technique, classique et modulaire) peuvent faire la connaissance d'une entreprise et de différents métiers et professions. Le Girls' Day met l'accent sur le secteur technique et technologique, y compris les nouvelles technologies informatiques et de communication, branches où les femmes sont peu présentes. Le Girls' Day permet alors aux entreprises de prendre contact avec une future ressource humaine. Les entreprises partenaires du Girls' Day sont de toutes tailles et représentent aussi bien le secteur de l'industrie que celui des services et de l'artisanat.

■ Aidez les jeunes filles à construire leur avenir professionnel!

La participation au Girls' Day vous intéresse? Vous souhaitez recevoir plus d'informations pratiques? Votre entreprise voudra accueillir quelques jeunes filles? Alors renvoyez-nous le coupon-réponse. Nouveau: une séance d'information et d'échanges pour entreprises aura lieu fin février. Plus de renseignements sur notre site web www.girls-day.lu. ■

Coupon-réponse

- A remplir en lettres majuscules -

- Je souhaite/nous souhaitons recevoir d'autres renseignements et la fiche d'inscription
- Je souhaite/nous souhaitons participer à la séance de formation «Le Girls' Day dans notre entreprise»

Entreprise: _____

Nom, Prénom: _____

Fonction: _____

Rue, N°: _____

Code postal, localité: _____

Tél.: _____

Fax: _____

E-mail: _____ @ _____

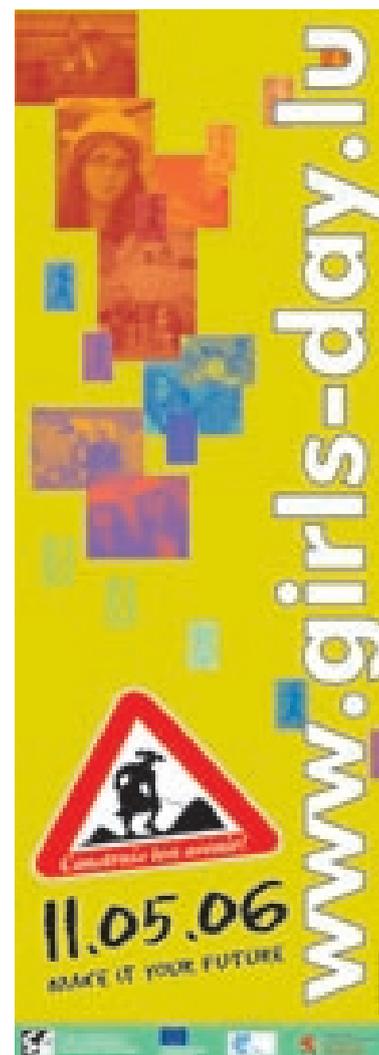
Internet pour la séance d'information et d'échange:

- oui non

Envoyez le coupon-réponse à une des adresses suivantes:

Jacqueline Kandel, Cid-femmes,
B.P. 818 – L-2018 Luxembourg, Fax: 241095-95

Nicole Jemming, Service à l'Égalité des Chances,
B.P. 145 – L-4002 Esch Fax: 547383-690



Futurs créateurs d'entreprises innovantes

Rédigez un plan d'affaires gagnant...

Grâce au partage de
l'expérience des coaches
du réseau 1,2,3,GO

1,2,3,GO

Jusqu'à 10 000 € pour les meilleurs
plans d'affaires - Déposez votre projet sur :

www.123go-networking.org

Confidentialité et respect de la propriété intellectuelle.



Organisé par:



Avec le soutien de:



Groupe Ciments Luxembourgeois | primesphere S.A. | Husky | SES Global | Siemens S.A.



EN BREF

Eisen- und Stahlindustrie

Turbofilter GmbH erweitert die Paul Wurth Gruppe

Mit Wirkung vom 1. Januar 2006 ist Turbofilter Mitglied der Paul Wurth Gruppe, nachdem beide Unternehmen ein Abkommen über den Erwerb einer 65-prozentigen Beteiligung durch Paul Wurth Umwelttechnik GmbH an Turbofilter GmbH unterzeichnet haben. Das 1958 gegründete deutsche Engineering-Unternehmen Turbofilter, mit Sitz in Essen, bietet prozessorientierte Lösungen für die industrielle Entstaubung, von Standardfiltern bis hin zu komplexen schlüsselfertigen Anlagen für die Umwelttechnik. Mit 20 Mitarbeitern wird Turbofilter die Marktstellung der Paul Wurth Gruppe im Bereich der Umwelttechnologien festigen. Über die international starke Präsenz von Paul Wurth eröffnen sich für Turbofilter weitere Umsatzpotentiale. Mehr Informationen unter: www.paulwurth.com

Landwirtschaft

Wolff-Weyland und Agri-Center Massen Wemperhardt bündeln Ihre Kräfte.

„Soviel gemeinsam wie nötig – soviel getrennt wie möglich“, unter diesem Grundsatz haben die beiden Firmen Wolff-Weyland Noerdange und Bastogne und Agri-Center Massen Wemperhardt Ende 2005 ein Abkommen über eine Zusammenarbeit unterzeichnet. Der Strukturwandel in der Landwirtschaft zwingt die Landmaschinenhändler sich neu zu positionieren um die zukünftigen Herausforderungen schlagkräftig zu meistern. Beide Unternehmen haben sich eine engere

Zusammenarbeit angestrebt, mit klar abgesteckten Zielen: Synergien in den Bereichen Organisation, Optimierung der Ersatzteilorganisation, gemeinsamer Vertrieb von Gebrauchtmaschinen, Entwicklung neuer Konzepte im Service Bereich sowie Weiterbildung der Mitarbeiter. Beide Unternehmen bleiben jedoch unabhängig und vertreiben ihre eigene Produktpalette.

Luxair

Nouvelle structure tarifaire pour les vols vers Berlin

Luxair a introduit une nouvelle structure tarifaire pour ses vols réguliers à destination de la capitale allemande. Désormais, les différentes classes de réservation peuvent être combinées entre elles et la durée de séjour minimum ne sera que de deux nuits. La suppression des délais de préservation est une autre nouveauté. Luxair dessert Berlin-Tegel, le principal aéroport de la capitale allemande, avec deux vols quotidiens du lundi au vendredi et un vol aller-retour le dimanche soir, opérés en Embraer ERJ Eurojet. Les vols en semaine s'effectuent tôt le matin et en fin de journée. Pour plus d'informations: www.luxair.lu

Luxair et VLM

Le centre de Londres à moins de 2 heures de Luxembourg

La nouvelle ligne ferroviaire DLR (Docklands Light Railway), mise en service depuis le 6 décembre 2005, offre la liaison la plus rapide avec le centre ville de Londres depuis le London City Airport, un aéroport de petite taille et facilement

Sidérurgie

Arcelor vend Flachform Stahl à Hövelmann & Lueg GmbH



Arcelor envisage de vendre son centre de services acier Flachform Stahl, situé à Schwerte (Ruhr/Allemagne) au producteur d'acier allemand Salzgitter.

Flachform Stahl sera intégré dans Hövelmann & Lueg, filiale locale de Salzgitter. Cette transaction permet à Arcelor d'optimiser son réseau de centres de services en Allemagne où le groupe occupe la deuxième position sur ce marché. Arcelor continuera à faire effectuer à Schwerte des opérations de refendage à façon. Les activités des deux centres de services sont complémentaires, Hövelmann & Lueg étant principalement actif sur le marché des produits coupés à longueur tandis que Flachform Stahl dispose de plusieurs lignes de refendage.

Flachform Stahl dispose à Schwerte d'une capacité annuelle d'environ 250.000 tonnes, et emploie environ 85 collabora-

teurs. Les effectifs, ainsi que les installations et les outils de production, seront repris par Hövelmann & Lueg. Le rapprochement des deux entités conduira à la création de l'un des centres de services acier les plus attractifs d'Allemagne, avec une gamme très étendue de produits et une capacité annuelle d'environ 500.000 tonnes.

Cette opération permettra à Hövelmann & Lueg d'accroître son offre en termes de produits et services, ainsi que de dégager des synergies grâce à la proximité des deux sites. La transaction est soumise à certaines conditions et approbations habituelles telles que, par exemple, l'approbation des autorités compétentes en matière de concurrence. Le montant de la transaction n'a pas été rendu public.

Pour plus d'informations: www.arcelor.lu.

Protecto: pour la protection des piétons



La sécurité passive sur les routes prend de plus en plus d'importance au fil des ans, misant sur la priorité absolue de la vie des conducteurs, des passagers et des piétons. Les systèmes de protection automobiles à l'égard de ces derniers sont actuellement introduits au sein de l'Union européenne (UE) dans l'optique de réduire le taux de mortalité et de blessures consécutifs à des accidents de voiture touchant les usagers de la route les plus vulnérables, tels que les piétons. Suite à un accord conclu entre l'UE et l'ACEA (Association des Constructeurs Européens d'Automobiles) le secteur automobile entreprend l'amélioration du design avant de ses véhicules afin de répondre aux réglementations en la matière. La haute fiabilité du système Protecto de IEE, la flexibilité de son design et sa grande capacité d'adaptation lui permettent de s'harmoniser, à un

coût attractif, avec les exigences requises.

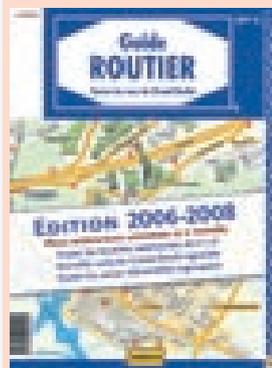
Protecto est un système complet conçu pour la protection des piétons permettant aux constructeurs automobiles de répondre aux nouvelles réglementations européennes et asiatiques et de réduire le taux de lésions crâniennes causées par les accidents de la route impliquant des piétons. Protecto incorpore de manière aisée un capteur robuste au système de pare-chocs, en mesure de détecter très rapidement l'impact d'un objet dans cette zone.

La pression d'activation du capteur peut être ajustée de manière individuelle en modifiant la géométrie des cellules sensibles, et ce même localement. Protecto comprend également une unité de contrôle électronique (UCE) qui travaille avec l'algorithme développé par IEE. L'algorithme, clef de voûte du système, permet d'effectuer la différenciation

EN BREF

accessible, alliant confort et gain de temps. Le tronçon aménagé relie directement l'aéroport aux réseaux du métro et du tram de la métropole anglaise. Les trains DLR circulent du lundi au samedi toutes les 7 à 10 minutes, à partir de 05h30 jusqu'à 00h30, le dimanche entre 07h00 et 23h30. Luxair dessert London City Airport 4 fois par jour du lundi au vendredi, une fois le samedi et le dimanche. VLM Airlines propose 3 vols quotidiens sur London City Airport au départ du Luxembourg. Plus d'informations sur www.luxair.lu, tél.: +352 2456-4242 et www.flyvlm.com.

Limax Communication
L'édition 2006-2008
du Guide Routier
vient de paraître



Édité depuis plus de 10 ans par Limax Communication, le Guide Routier s'est vendu à près de 100.000 exemplaires pour le total de ses cinq éditions. Le classement des localités par ordre alphabétique et non plus par commune, constitue l'un des changements de cette nouvelle édition. L'autre grande nouveauté est l'arrivée d'un Guide Routier format «poche», une réduction à 75 % du format traditionnel. Limax Communication offre plusieurs services cartographiques et met à disposition des entreprises des plans personnalisés.

Le Guide Routier 2006/2008 est disponible dans toutes les stations-service, librairies et hypermarchés au prix de 28 € et 16,60 € pour le format «poche». Pour plus d'informations: www.limax.lu.

Banken

Bayern LB
International Fund
Management S.A.
ändert den Namen
in BayernInvest
Luxembourg S.A.

Zum 01. Januar 2006 hat die Bayern LB International Fund Management S.A. ihren Namen in BayernInvest Luxembourg S.A. geändert. Des Weiteren wurde das Corporate Design und das Logo der Fondsgesellschaft im Zuge der Namensänderung an das Dachmarkenkonzept der BayernLB angepasst. Die BayernInvest Luxembourg, die derzeit ein Volumen von rund 1 Mrd. Euro an Investmentfondsvermögen verwaltet, wurde 1991 als Tochter der Banque LBLux S.A. (damals Bayerische Landesbank International S.A.) gegründet. Seit 2001 ist sie eine hundertprozentige Tochter der BayernLB, München, und fester Teil der Asset Management Aktivitäten des Konzerns. Mehr Informationen unter: www.bayerninvest.lu.

Industrie

IMATEC invente
«IMATEC Academy»
La société Innovative MACHine TECHNOlogy (IMATEC) étoffe ses services et organise sous le nom de «IMATEC Academy», des séminaires thématiques à vocation technologique. IMATEC Academy affiche ainsi sa volonté de se démarquer dans des niches technologiques très

EN BREF

pointues. Sa mission répond à un objectif triple: être un centre d'apprentissage, permettant d'acquérir une meilleure connaissance des technologies de pointe, être un centre de rencontre et d'échanges et enfin, être un centre de réflexion et d'émergence d'idées. Entité autonome, issue du département d'études et de réalisations de la société Heintz van Landewyck Luxembourg, IMAtec existe depuis 1996. Elle est active dans les domaines de la mécanique de précision, de l'électronique industrielle et de l'automatisation et emploie 60 personnes. Pour plus d'informations: www.imatec.lu.

Internet

Finis les cadeaux qui terminent au grenier...



Offrir et recevoir les cadeaux qui font vraiment plaisir n'est pas toujours chose facile. D'autant plus si l'on veut préserver la surprise. www.wishlist.lu permet de créer une liste de cadeaux en ligne qui pourra être consultée par les amis, désireux de faire le bon choix. Le principe est simple: une fois la liste de cadeaux définie, il s'agit d'inviter des amis et membres de la famille à la consulter. A vocation non commerciale, l'utilisation de wishlist.lu est entièrement gratuite. Basée sur une

technologie 100 % «made in Luxembourg», mywishlist.lu a été développé par la société VALain S.A. active dans le domaine des applications internet et intranet. Pour plus d'informations: www.wishlist.lu et www.valain.lu.

Sidérurgie

Arcelor Brasil coté à la bourse de São Paulo

Arcelor Brasil a fait ses débuts à la bourse de São Paulo. Elle est cotée sur Bovespa (symbole ticker ARCE3) depuis le 23 décembre 2005. Cet événement a été marqué par une cérémonie qui s'est tenue en présence du CFO d'Arcelor Michel Wurth. Arcelor Brasil avait été créée en réunissant les activités brésiliennes d'Arcelor Belgo, CST et Vega do Sul. La société répond à des normes particulièrement exigeantes en matière de gouvernance d'entreprise, avec une classe unique d'actions (actions ordinaires) et un droit de retrait (tag along) de 100 %. Arcelor Brasil a une production annuelle de 11 millions de tonnes d'acier, possède 25 sites industriels au Brésil et en Argentine et compte 14.500 employés. Arcelor Brasil vient également d'acquérir une participation de 50 % dans deux producteurs d'aciers longs au carbone au Costa Rica.

Informatique

Systemat cède ses activités au Portugal

La société Prológica qui emploie actuellement 120 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 33.517.000 euros en 2004 a été cédée à Prológica SGSP, un holding nouvellement constitué. Systemat avait acquis Prológica en août 1999 dans le cadre du projet de développement en

tion entre les piétons et des objets ou animaux.

La mesure et le calcul des niveaux de pression ainsi que la largeur de l'impact et sa position sont autant de données qui permettent de fournir des renseignements considérables au sujet de l'objet heurté et d'effectuer une discrimination efficace. La différenciation des objets percutés permet une activation appropriée du capot par l'UCE. Cette dernière peut également être intégrée dans un boîtier électronique déjà existant (par exemple, celui de l'airbag). Lors d'une collision avec un piéton, les actuators Protecto soulèvent le capot d'au moins 80 mm et créent de la sorte une

distance de sécurité entre la tête du piéton et les parties dures situées sous le capot. Ce système réduit les risques de blessures sérieuses puisque ce sont les parties plus souples du capot qui absorbe la majeure partie de l'énergie de l'impact. Le temps total de réaction de Protecto peut atteindre 45 ms, en fonction des actuators sélectionnés et de la structure du pare-chocs. Dans un contexte de réglementation légale de plus en plus stricte en matière de protection des piétons, IEE a prévu d'améliorer sans cesse l'efficacité générale du système afin d'épauler les constructeurs dans la phase de développement. Pour plus d'informations: www.iee.lu. ■

Certification

Les Caves Bernard-Massard certifiées ISO 14001: 2004



Le système de management de l'environnement appliqué à la culture des domaines «Clos des Rochers» et «Thill» ainsi qu'à la vinification et l'embouteillage des vins AOC Moselle Luxembourgeoise vient d'être reconnu par la certification ISO 14001: 2004 délivrée par ESCEM («European Society for Certification of Management Systems», organisme de certification privé et indépendant). Bernard-Mas-

sard devient ainsi la première cave au Luxembourg à mettre en place et à faire certifier un système de viticulture et d'œnologie raisonnés. Cet engagement volontaire a pour objectif d'exercer une activité sans nuisance et en parfaite harmonie avec l'environnement afin de préserver le terroir des vins luxembourgeois.

En concordance avec les objectifs fixés en matière de développement durable, aucun traite-

ment insecticide n'a été utilisé en 2005 sur les vignobles «Clos des Rochers» et «Thill». En effet, le système de lutte intégrée contre la prolifération des chenilles de certains types d'insectes nuisibles consistait à placer des capsules contenant des phéromones (substances émises par les femelles) dans les vignes, de sorte que le mâle ne retrouve pas la femelle. Ce type de lutte basé sur le principe de la confusion sexuelle a été utilisé depuis une dizaine d'année

par les vignerons Bernard-Massard qui ont fait figure de pionniers en la matière.

La certification ISO 14001 vient finaliser les nombreuses actions menées en faveur de l'environnement depuis de nombreuses années déjà au sein de Bernard-Massard. Pour plus d'informations sur les Caves Bernard-Massard: www.bernard-massard.com.

Pour plus d'informations sur l'ISO et ESCEM: www.iso.org et www.escem.com. ■

Télécommunications

Cegedel et VSE NET regroupent leurs activités et lancent artelis



De gauche à droite: Michael Leidiger, directeur d'artelis, Romain Becker, président du Comité de direction de Cegedel, Dr. Georg Müller, membre du comité directeur de VSE, François Thys et Dr. Berthold Wegemann, directeurs d'artelis lors de la conférence de presse du 5 décembre 2005

Le fournisseur d'électricité Cegedel S.A. implanté au Luxembourg et VSE AG de la Sarre concentrent les forces de leurs activités de télécommunications et lancent une société commune baptisée artelis. Cette société devrait leur permettre de mieux exploiter le potentiel du marché des télécommunications et de faire

progresser ses activités au sein de la région Sarre-Lor-Lux.

La coopération des deux partenaires sous forme d'une même société juridique est la conséquence logique d'une collaboration intensive entre Cegecom et VSE NET depuis 1999. Les deux entreprises sont devenues des acteurs en télécommunications bien établis,

EN BREF

Europe. La faiblesse du marché ICT depuis 2000 ne permet plus à Systemat d'envisager la rentabilité de Prologica. Le Groupe Systemat va se recentrer sur le marché Belux et son modèle local qui comprend des métiers bien diversifiés, de solides valeurs ajoutées et un riche potentiel de relations partenariales avec ses clients. Systemat conservera une participation de 33,33% dans Prologica et bénéficiera d'un siège au conseil d'administration de Prologica.

Pour plus d'informations: www.systemat.com.

Cargolux

Luxembourg shareholders to acquire former Swissair shares in Cargolux

M. Karl Wüthrich, Co-liquidator of SAirLines and the Luxembourgish shareholders of Cargolux, under the coordination of M. Marc Hoffmann, Chairman of the Board of Luxair, have jointly announced their agreement on a transaction providing for the acquisition of the 33.7 % of Cargolux shares currently held by SAirLines. The transaction will be executed by Luxair on behalf of all the Luxembourgish shareholders (the current shareholders are: Luxair, 34.9 % - BGL Investment Partners, 11.5 % - BCEE, 8.8 % - SNCI, 8.6 % - Lux-AVANTAGE, 2.2 %).

Télécommunications

artelis rachète un réseau hertzien régional allemand

En qualité de succursale de l'entreprise luxembourgeoise artelis (cf. notre article p. X), la firme sarroise VSE NET vient de racheter de la société

insolvable Dolphin Telekom un réseau hertzien dans le sud-ouest de l'Allemagne. Avec plus de 20 stations émettrices, le réseau couvre Trèves et les alentours, la Sarre et le Palatinat de l'ouest. En connectant ce réseau radio à ses propres infrastructures, VSE NET assure la continuation des services de radiocommunication régionale et envisage la construction d'un réseau hertzien numérique afin de développer une communication mobile à coûts réduits et indépendante du réseau public. La mise sur le marché de nouveaux produits au Luxembourg et en Grande Région SaarLorLux n'est pas exclue. Pour plus d'informations: www.vsenet.de, www.artelis.de et www.cegecom.lu.

Santé

Ouverture de H2O Floatation Center

Le premier centre de flottaison, de relaxation et de massage vient d'ouvrir ses portes à Luxembourg. Chacun sait à quel point un sommeil réparateur est essentiel pour rester en bonne forme, éliminer le stress ou se remettre d'une maladie. Notre corps possède un pouvoir extraordinaire de récupération. Encore faut-il qu'il ait la possibilité de se relaxer. Une séance de flottaison se déroule dans un caisson d'isolation sensorielle (ou bain flottant) et permet d'atteindre un état de relaxation absolue. La flottaison est rendue possible grâce à une solution d'eau et de sels d'Epsom, chauffée à la température du corps et d'une profondeur de 25 cm. Les sels d'Epsom sont en outre, excellents pour la peau. Tout le nécessaire est sur place pour accueillir les clients à tout moment de la journée. Pour plus d'informations: www.h2o.lu.

EN BREF

Services

Les partenaires d'Inovia unissent leurs forces pour répondre aux besoins du secteur public

Dans un environnement budgétaire difficile, la réalisation et la gestion des services et des infrastructures publics deviennent de plus en plus complexes. Pour trouver une solution à ce problème le gouvernement luxembourgeois a annoncé récemment le recours

à la formule du partenariat public-privé. La création d'Inovia constitue un pas décisif dans cette direction. Les partenaires fondateurs d'Inovia – Atoz, Ikogest et des investisseurs privés – ont acquis une expérience solide dans de nombreux domaines. Ainsi, Inovia propose une solution globale allant de l'aide à la définition des besoins jusqu'à la gestion et à l'entretien de bâtiments et d'infrastructures. Pour plus d'informations: www.inovia.lu.

Par leurs efforts les participants à l'ING europe-marathon Luxembourg soutiendront la scolarisation d'enfants dans le tiers monde

figurant parmi les leaders de leurs régions, et offrant à leurs clients des produits et des services novateurs. Toutes les deux ont l'intention de profiter en commun des nouvelles chances de croissance. En plus de la planification, mise en place et exploitation de solutions complètes dans le domaine des télécommunications, le portefeuille de produits comprend la fourniture de services au niveau des transmissions de données (lignes louées), de l'Internet et de la téléphonie, et ceci principalement dans le segment supérieur en termes de débit et de qualité.

Le réseau d'artelis, l'un des plus modernes en Europe, couvre les deux régions et est également interconnecté avec les centres de télécommunications européens. C'est surtout dans les domaines techniques, administratifs et commerciaux que les effets de synergie joueront. Grâce à la mise en commun des systèmes de facturation, les ressources existantes pourront

être utilisées encore mieux à l'avenir. Parallèlement, l'exploitation d'une plate-forme technique commune au niveau du traitement et de la transmission des données et de la téléphonie offre des avantages au niveau des coûts, de même que l'achat en commun d'équipements et de bande passante.

Le siège social de la nouvelle société est établi à Luxembourg. Artelis a un capital de neuf millions d'euros. VSE AG possède 53,60 % des parts et Cegedel, 27,50 %, alors que les deux partenaires financiers, Saar LB Saarbrücken et BGL Investment Partners détiennent chacun 9,45 %. Le nouveau groupe occupe plus de 110 personnes et réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 50 millions d'euros. Bien que Cegecom et VSE NET appartiennent à 100 % à artelis, les deux sociétés resteront les interlocuteurs des clients dans leurs régions respectives. Pour plus d'informations: www.artelis.lu ■

27 mai 2006

ING Run for something better: courir pour une bonne cause



Le samedi, 27 mai 2006, ING organise l'ING europe-marathon Luxembourg. Le parcours de ce marathon à vocation caritative mènera les coureurs

sur les plus beaux sites de la capitale luxembourgeoise. La course aura lieu la nuit, à la lumière des flambeaux, des bougies et des feux de Bengale. Plus de 1.200 coureurs se sont déjà inscrits pour le marathon et les organisateurs prévoient quelque 5.000 participants.

Comme l'événement sera placé sous le signe de l'Europe, le Président de la Communauté Européenne, M. José Manuel Barroso, a accepté le patronage de l'ING europe-marathon Luxembourg 2006. Lors des préparatifs de la manifestation, la Ville de Luxembourg s'était déjà déclarée prête à

patronner le marathon et à soutenir l'équipe d'organisation. Le but du marathon est de soutenir un projet de l'UNICEF. Plus les équipes seront rapides, plus elles récolteront d'argent pour financer la scolarisation primaire d'enfants dans le tiers monde.

ING Luxembourg, sponsor principal du marathon, soutient le projet d'UNICEF avec 15.000 Euro. Supposé qu'une équipe effectuera la distance en moyenne en 3,5 heures, le temps de course total de 25 équipes européennes s'élève à 87,5 heures (3,5 x 25). Pour chaque minute couru plus rapide que ce temps total, ING

Luxembourg s'engage à verser 100 Euro de plus au projet (somme totale maximale de la donation 20.000 Euro). Le relais gagnant se verra remettre le titre de parrain du

projet d'UNICEF. Afin de montrer le développement de ce projet d'UNICEF grâce à cette aide, il sera présenté l'année prochaine à l'occasion du ING europe-mara-

thon luxembourg. De plus amples informations sur le projet «ING Run for something better» sont disponibles sous www.ing.com/globerunners. ■

Fonds nova naturstrom

Engagement écologique de Cegedel

En tant qu'acteur majeur du secteur de l'énergie au Luxembourg, Cegedel se doit d'assumer des responsabilités qui vont au-delà de son rôle traditionnel de fournisseur et de distributeur d'énergie électrique. Etre agent économique signifie également prendre en charge le versant social de ses activités. Pour répondre à cette attente légitime, Cegedel a pris l'initiative de constituer un fonds d'investissement, le fonds nova naturstrom qui a comme mission la promotion et la mise en valeur des ressources d'énergie renouvelables au Luxembourg.

Cegedel alimente le fonds à raison de 2 cents par kWh de nova naturstrom consommé et ce jusqu'à un montant maximum de 250.000 € par an. Les partenaires de Cegedel dans l'a.s.b.l gérant le fonds sont l'association sans but lucratif Natura et l'Agence de l'Energie dont les représentants composent, avec ceux de Cegedel, le comité présidé par M. Carlo Hastert.

La mission du comité de l'asbl fonds nova naturstrom du fonds consiste à gérer les fonds en provenance de la Cegedel ou, le cas échéant, d'autres fournisseurs d'énergie électrique, à définir les conditions et les modalités d'octroi des aides, à promouvoir des études et des projets d'investissement basés sur les énergies renou-

velables en octroyant des primes d'encouragement et à procéder à des appels d'offres pour l'attribution de ces aides. Conformément à la vocation du fonds tous les projets doivent être du domaine des énergies renouvelables.

Pour éviter un double emploi avec les subventions gouvernementales, les installations photovoltaïques ne sont pas prises en compte. Ainsi, le fonds s'adresse à toutes les personnes privées, aux communes, aux écoles, aux établissements publics, aux organisations non gouvernementales mais aussi aux entreprises et sociétés de droit privé. Le fonds prévoit l'attribution de primes dans trois catégories. La prime promotionnelle récompense des actions présentant un caractère innovateur, multiplicateur ou didactique. La prime ciblée soutient des projets dans une filière d'activité spécifique qui est redéfinie chaque année.

Cette année, le fonds accorde des aides à l'installation de 50 pompes à chaleur géothermiques mises en service entre le 1^{er} janvier 2005 et le 31 décembre 2006. La prime par pompe s'élève à 750 €. Dans le cadre du prix spécial, un jury sélectionne et récompense le ou les projets présentant un intérêt exceptionnel dans l'utilisation des énergies renouvelables. Les vainqueurs seront récompensés lors d'une cérémonie spécialement



organisée à cet effet. L'énergie électrique que Cegedel commercialise sous le nom de nova naturstrom est produite par des sources renouvelables comme l'eau, le vent, le soleil et la biomasse ainsi que par des centrales de cogénération électricité/chaleur.

Le tarif nova naturstrom ne répercute que la différence du prix de revient sur les tarifs en vigueur, à raison de 1,8 cent (€) par kWh (HTVA). Le nombre total de souscriptions s'élève actuellement approximativement à 850 avec un volume total souscrit de 5.770.000 kWh. Pour plus d'informations: www.cegedel.lu. ■

Oenologie

A la découverte des plus prestigieux vignobles d'Europe



Etienne Collin, oenologue diplômé de l'Université de Bordeaux dirige actuellement Wine Concept

C'est en créant un partenariat avec la société Wine Concept que Sales-Lentz propose aujourd'hui une gamme de voyages œnologiques à travers l'Europe. Wine Concept est une société spécialisée dans les événements œnologiques professionnels tels les formations œnologiques, les «wine events», le conseil au particulier et aux professionnels, etc. Son directeur, Etienne Collin, œnologue diplômé de l'Université

de Bordeaux, explique l'idée de ce concept: «La raison de ce partenariat est de proposer un service complet et professionnel au client.

Nous sommes compétent dans le domaine de l'œnologie, aptes à répondre aux exigences des amateurs les plus avertis mais nous avons besoin d'un partenaire à la fois professionnel dans l'organisation de voyages mais suffisamment souple et performant pour s'adapter à nos exigences. Sales-Lentz est le partenaire idéal.»

Les deux partenaires proposent la découverte des plus grands vignobles européens et de leurs vins d'une manière professionnelle et indépendante, à l'écart des chemins touristiques habituels: encadrement par des œnologues professionnels, formations durant le séjour pour ceux qui le désirent, supports didactiques, conférences, dîners accords mets et vins en présence de viticulteurs. Ces séjours

sont d'abord créés pour le plaisir du vin, de la gastronomie et du voyage mais ils sont aussi culturels: vin et civilisation sont intimement liés. 2006 emmènera les personnes intéressées pour des séjours de 4 jours en avion dans les vignobles hongrois de Eger et Tokay, au Portugal dans le Douro et en Espagne, dans les vignobles catalans autour de Barcelone dont le célèbre Priorat. La Bourgogne et l'Alsace représenteront la France en 2006. Ces week-end de 3 jours en autocar de luxe, au cœur du vignoble, permettront de rencontrer les viticulteurs dans leur terroir, déguster leurs plus grands vins et dîner en leur compagnie.

Etienne Collin envisage déjà de compléter cette gamme par d'autres destinations: L'Italie avec la Toscane et la Sardaigne, l'Autriche, la Champagne, etc. Pour plus d'informations: www.sales-lentz.lu et www.wine-concept.lu, tél.: 50 10 50. ■

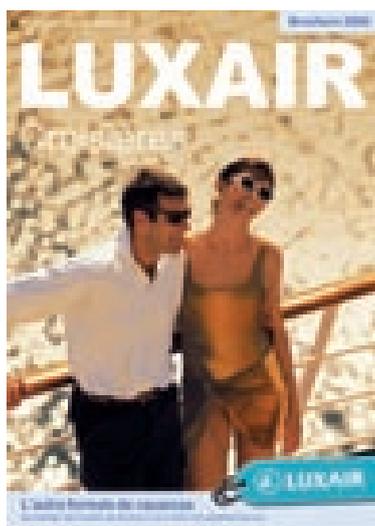
VOYAGES OENOLOGIQUES 2006

Hongrie	Budapest, Eger & Tokay	les 25, 26, 27 et 28 mai 2006 les 12, 13, 14 et 15 octobre 2006
Espagne	Barcelone, Cava & Priorat	les 2, 3, 4 et 5 mars 2006 les 9, 10, 11 et 12 novembre 2006
Portugal	Porto & Douro	les 22, 23, 24 et 25 juin 2006 les 28, 29, 30 septembre et 1 ^{er} octobre 2006
2006		
France	Alsace: splendeur des grands crus	les 17, 18 et 19 février 2006 les 28, 29 et 30 avril 2006 les 1 ^{er} , 2 & 3 décembre 2006
France	Bourgogne: Pinot noir et Chardonnay, princes de la Côte d'Or	les 10, 11 et 12 février 2006 les 27, 28 et 29 octobre 2006

Nouveaux catalogues 2006: Croisières Luxair et Luxair Tours

Pour la saison 2006, Luxair a de nouveau édité une brochure spécialement dédiée aux croisières qui propose des routes intéressantes à bord de navires 4 étoiles sélectionnés. C'est depuis longtemps que toutes les tranches d'âge ont découvert les charmes de ce type de voyage et les armateurs ne sont pas en reste. En plus des élégants bateaux de luxe classiques, ils tiennent compte de ces nouveaux groupes cible plus jeunes et proposent des navires club offrant des programmes d'animation et de sport sur mesure – les enfants font eux aussi désormais partie des passagers bienvenus à bord.

C'est pour cette raison que pour la saison 2006, Luxair a de nouveau édité une brochure spécialement dédiée aux croisières qui propose des routes intéressantes à bord de navires 4 étoiles sélectionnés. A côté des six itinéraires différents en Méditerranée, la saison 2006 propose un voyage à travers la mer Baltique, une excursion vers les fjords norvégiens et en primeur une croisière fluviale sur le Douro au Portugal. Le forfait croisières Luxair offre de nombreux avantages aux passagers.



Par ailleurs, l'été fait son apparition dans les agences de voyages à travers la brochure Luxair Tours été 2006: Elle permet, au creux de l'hiver, de se réjouir dorénavant et déjà de l'été à venir et de faire le plein de projets pour un séjour en Méditerranée ou aux bords de l'Atlantique, de la mer Noire ou de la mer Rouge. Pour l'été prochain vient s'ajouter une nouvelle destination: Constantza, située sur le littoral roumain de la mer Noire. En seulement deux heures de vol, chaque samedi, on atterrit sur ce romantique coin de littoral dans le delta danubien. Pour l'été 2006 Luxair Tours propose quatre nouvelles croisières. 112 hôtels de la gamme Luxair Tours proposent des réductions spéciales dans de nombreux hôtels.

Les forfaits All Inclusive, particulièrement appréciés par les familles, peuvent être réservés dans 111 hôtels. Quasi autant d'établissements possèdent des infrastructures spécialement adaptées aux familles et 218 enseignes proposent des prix fixes pour enfants. Les nouvelles brochures sont désormais disponibles dans toutes les agences de voyages. Plus d'informations sur www.luxair.lu. ■

concept

INTERIOR DESIGN

www.concept.lu Tel. 26 95 74 44

ABBL

Le Luxembourg en phase de devenir le centre d'excellence du

«pension fund pooling»

Le groupe international Unilever vient d'annoncer la constitution d'un «pension fund pooling vehicle» au Luxembourg. Un «pension fund pooling vehicle» est un organisme de placement collectif dont l'objet exclusif est de recueillir l'épargne de fonds de pension appartenant à un groupe d'entreprises pour réaliser des économies d'échelle au niveau des investissements.

Le fonds sera doté d'un actif de l'ordre d'un milliard d'euros provenant essentiellement des fonds

de pension d'Unilever aux Pays-Bas et en Grande-Bretagne. Après l'investissement d'autres entités d'Unilever dans la structure luxembourgeoise, le fonds devrait pouvoir atteindre un volume de 3 à 5 milliards d'euros.

La taxe d'abonnement sur les «pension fund pooling vehicle» a été abolie en 2004 par le parlement luxembourgeois sur proposition des associations professionnelles du secteur financier. Après le groupe Suez-Tractebel, le Luxembourg a su attirer un

deuxième grand groupe international dans telle structure. L'ABBL est convaincue que le cadre législatif relatif aux fonds de pension et aux «pension fund pooling vehicle» permettra au Luxembourg de devenir un centre d'excellence européen de solutions de pensions transfrontalières. Le gouvernement luxembourgeois a su anticiper l'évolution européenne en la matière pour offrir des structures légales adéquates. Pour plus d'informations: www.abbl.lu.

Communication & Design Awards 2006

Les «Awards» récompenseront les meilleures créations ce 23 février



COMMUNICATION & DESIGN AWARDS
23 FÉVRIER 2006

Pour la seconde année consécutive, les professionnels de la communication et du design pourront voir leurs meilleures créations récompensées par un «Award», qui leur sera remis le 23 février 2006 à la Rockhal à Esch-Belval. L'édition 2006 des «Communication & Design Awards

2006», organisée par MarkCom (Fédération luxembourgeoise des Agences-Conseils) et Design Luxembourg (l'association des graphistes et photographes), en collaboration avec le mensuel paper-Jam, conserve le même esprit que lors du lancement de l'événement, l'an dernier: récompenser les réalisations les plus originales, les plus créatives et les plus qualitatives des acteurs du marché de la communication et du design au Luxembourg.

Notons au passage que la première édition des «Awards» en février 2005, avait eu lieu à

la Chambre de Commerce. Les candidats seront départagés au sein de 13 catégories: campagne cross-média, annonce presse isolée, campagne presse, affiche, sport TV/Cinéma, spot radio, mailing, éditorial design, brochure design, logo design, packaging, site Internet et corporate design) et ce, par un jury d'experts nationaux et internationaux. «Ces «Awards» sont les seuls du métier qui englobent toutes les professions», a souligné Pol Goetzinger, de la MarkCom, lors d'une récente conférence de presse. Un jury neutre sera composé de per-

sonnes qui connaissent la typologie du Luxembourg et le secteur de la communication. Seule l'identité de son président a été révélée à la presse. Il s'agit de Jean-Claude Hamilius, d'origine luxembourgeoise et directeur artistique d'une agence de communication basée à Düsseldorf, en Allemagne. Le jury disposera également de deux coaches, membres de MarkCom et Design Luxembourg, qui les guideront dans leur analyse des projets et dans les évaluations des critères.

Si les critères de sélection des projets restent sensiblement identiques à l'an dernier, quelques nouveautés marquent cependant cette édition 2006:

- La catégorie «annonce» est subdivisée en «annonce isolée» et «campagne presse»; la catégorie «édition» est scindée en «editorial Design» et «brochure design».
- Chaque projet remis ne peut figurer que dans une seule catégorie, à l'exception des éléments isolés des catégories «Campagnes cross-média» et «Corporate Design».
- Afin de garantir une objectivité maximale du jury, les organisateurs ont opté pour l'anonymat des projets. La fiche descriptive qui accompagne le projet remis doit obligatoirement être celle mise à disposition par les organisateurs sur leurs sites Internet. Aucun nom d'agence/de designer ou de logo ne pourra figurer sur les projets remis, sous peine d'exclusion.

Les candidatures pour l'édition 2006 ont pu être déposées par voie électronique via les sites www.markcom.lu et www.designluxembourg.lu. La date limite pour la remise du matériel était fixée au 20 janvier 2006. La cérémonie de

remise des «Awards», le jeudi 23 février à la Rockhal d'Esch-sur-Alzette, sera précédée d'une projection des différents projets en lice. Buffet dînatoire et fête dansante clôtureront la soirée.

Les formulaires d'inscription et des informations complémentaires sont disponibles sur les sites Internet www.markcom.lu et www.designluxembourg.lu. ■



- Un lieu unique dédié aux séminaires & réunions de travail, loin de l'agitation des bureaux et des villes
- Un nouvel art de vivre vos soirées de façon authentique
- Un climat de bien-être pour se ressourcer et retrouver l'essentiel...



Connu sous le nom de Hengechersmillen, le moulin a été entièrement rénové pour vos besoins. Le corps de bâtiment peut accueillir entre 150 et 300 personnes.

Salle de banquets, réunion, stage, team-building ou encore mariage stylisé, fête d'anniversaire & soirée entre amis... tout est possible.

10 hectares de forêts et prairie idéales pour le quad agility, chasse aux trésors, stage de 4x4, parcours aérien dans les arbres, escalade sur falaise...

Route de Luxembourg
L-5670 Altwies
Tel +352 40 62 71
GSM +352 021 144 755
Fax +352 48 07 76

www.lemoulin.lu



Groupe 1 - A céder

Réf.: C129

Vends pour cause de retraite magasin d'appareils électro ménagers et articles apparentés, situé au centre du pays. Prix correspondant à la valeur de l'inventaire. Prise de participation partielle possible dans un premier temps.

Réf.: 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.: C259

Vends fonds de commerce d'un restaurant-pizzeria dans le nord du pays; 70 couverts; appartement privé; location de 7 chambres.

Réf.: C266

Vends hôtel-restaurant +/- 3500 m²; 42 chambres; appartement; garage-parking; vente avec murs; administration avec magasin +/- 500 m².

Réf.: C269

Vends Restaurant au Centre-Ville, installations et équipements nouveaux, excellente situation, parking à proximité.

Réf.: C288

Vends commerce (parts+stock) spécialisée dans le vêtement haut de gamme. Bon emplacement dans le Centre-Ville.

Réf.: C293

Vends magasin de vélos spécialisé haut de gamme, marque exclusive très forte notoriété au Luxembourg, France et en Belgique. Bon emplacement.

Réf.: C300

Vends restaurant avec terrasse, 50 couverts. Excellente situation Centre-Ville.

Réf.: C313

Vends société de service de nettoyage-traitements et microsablage.

Réf.: C322

Vends tout ou partie des contrats d'exclusivités pour la commercialisation de distributeurs automatiques de DVD en Tchéquie et Slovaquie. La marque représentée est un des leader mondial de son secteur d'activité. Personnel trilingue (FR, EN, CZ) faisant déjà partie de l'activité.

Réf.: C329

Vends Horlogerie-Bijouterie fondée en 1936 dans Ville touristique, zone piétonne.

Réf.: C335

Vends société dans la petite restauration situé au Centre-Ville. Clientèle fidèle.

Réf.: C336

Vends fond de commerce d'un restaurant 100 places, +/- 250 m² terrasse, Luxembourg-Gare.

Réf.: C337

Vends Brasserie-Restaurant Centre-Ville, parking à proximité, petite terrasse, cuisine équipée, rénovation faite en 2002.

Réf.: C343

Vends pizzeria-restaurant, entièrement rénové, à l'est du pays dans cadre exceptionnel, cuisine équipée en inox, aire pour enfants, terrasse, parking.

Réf.: C349

Vends Société Import-Export, négoce de matériaux, placement et pose, coordination et conseil d'entreprises.

Réf.: C350

Vends société d'éditeur de produits ludo-éducatifs. Partenariat possible.

Réf.: C351

Vends commerce d'installations électriques, d'électro ménager, service après-vente.

Réf.: C354

Vends pour cause de retraite commerce d'articles de chasse, armes, accessoires de chasse, optique, vêtements, cadeaux. Bonne rentabilité, retrait progressif possible.

Réf.: C356

Vends commerce d'alimentation biologique.

Réf.: C363

Vends boutique de nourriture et d'articles pour animaux, excellente situation et réputation.

Réf.: C364

Vends magasin de sports, vêtements et accessoires au Sud du pays.

Réf.: C365

Vends commerce de lingerie fine au Centre-Ville, surface commerciale 40 m², réserve 32,5 m².

Réf.: C367

Vends société de transport international de marchandises par route, tracteur et semi-remorque.

Réf.: C368

Vends commerce de surface moyenne spécialisé en vins, spiritueux et tabacs. Franchisé Maxivins.

Réf.: C369

Vends Restaurant-Bar-Lounge d'une capacité de 64 couverts.

Réf.: C370

Vends restaurant entièrement rénové à 10 km de Luxembourg-ville. Salle 50 couverts et terrasse 50 couverts. Parking.

Réf.: C371

Vends chocolaterie, espresso bar au centre ville de Luxembourg.

Réf.: C372

Vends petite restauration en plein centre ville (zone piétonne). Etablissement entièrement rénové avec comptoir de vente et salle de 40 couverts. Séparément un site supplémentaire à Gasperich est disponible avec une cuisine industrielle, surface de stockage, bureaux, etc.. sur une surface de 500 m² avec 4 parkings.

Réf.: C375

Vends commerce prêt-à-porter dames, dans centre ville de Luxembourg.

Réf.: C377

Vends restaurant de charme, Luxembourg-Ville, 45 couverts, avec terrasse 20 couverts.

Réf.: C378

Vends librairie-papeterie à Luxembourg-Ville de longue renommée, très bonne situation, banques d'affaires.

Réf.: C379

Vends restaurant, friture, avec terrasse, cuisine équipée, parking, à proximité du lycée à Echternach.

Réf.: C380

Vends Café-brasserie à Esch-Alzette, état neuf.

Réf.: C381

Vends Bar-cabaret à Luxembourg-Ville.

Réf.: C382

Vends Discothèque au sud du pays.

Réf.: C383

Vends fond de commerce d'un Café-brasserie avec jeu de quilles aux alentours de Luxembourg-ville. Logement de fonction trois chambres compris.

Réf.: C384

Vends fonds de commerce d'un café-brasserie bien situé à Ettelbrück avec habitation privé.

Réf.: C385

Vends restaurant avec café au nord du pays, longue tradition. Terrasse donnant sur jardin, parking privé, 60 couverts. Cuisine entièrement rénovée, état impeccable. Vente avec ou sans murs. Retrait progressif envisageable. Bonne rentabilité.

Réf.: C386

Vends superbe brasserie/restaurant, avec terrasse. Bonne situation.

Réf.: C387

Vends magasin de vêtements haut de gamme.

Réf.: C388

Vends fond de commerce Bar-Restaurant (cuisine professionnelle, Bar et arrière bar), superficie 180 m² à Luxembourg-Hollerich.

Réf.: C389

Vends Café-Restaurant au centre de la ville d'Esch-sur-Alzette, bonne clientèle.

Réf.: C390

Vends Hôtel Restaurant (bâtiment+fonds de commerce) proche de Luxembourg-Ville (2 km). Situation unique.

Réf.: C391

Cession total mais progressive d'une société de service dans le secteur de l'hygiène et sécurité.

Réf.: C392

Vends Hôtel-Restaurant, excellente situation, zone piétonne, grande terrasse, pour cause de retraite.

Réf.: C393

Vends fonds de commerce d'un restaurant avec terrasse. Cadre unique au centre ville. Belle situation et parking aux alentours.

Réf.: C394

Vends Hôtel Restaurant en plein centre ville. 35 chambres + 2 appartements.

Réf.: C395

Vends société de conseil et de formation en marketing, stratégie d'entreprise ainsi que de développement de solutions informatiques. Bonne réputation.

Cherche à reprendre

Réf.: R171

Cherche à reprendre fiduciaire, clientèle d'un bureau comptable, partenariat, sous-traitance.

Réf.: R193

Entrepreneur indépendant cherche à reprendre petite entreprise dans le domaine de conseil entreprises, service informatique, traductions.

Réf.: R203

Société luxembourgeoise de distribution et de représentations cherche à reprendre des représentations dans les domaines produits/fournitures industrielles - produits/fournitures pour collectivités - biens de consommation et autres. Ouvert à toute proposition de reprise totale ou partielle.

Réf.: R216

Cherche bureau comptable pour accroissement (partenariat possible).

Réf.: R222

Cherche à reprendre commerce de vêtements haut de gamme, chaussures, lingerie fine.

Réf.: R229

Entreprise luxembourgeoise cherche à reprendre commerce dans le secteur de l'automobile.

Réf.: R235

Cherche à reprendre Restaurant, max. 60 couverts, pas dans le Centre-Ville.

Réf.: R240

Cherche à reprendre entreprise industrielle ou commerciale. Domaines d'intérêt: publicité, commerce de gros, papeterie, agence de voyage et industrie.

Réf.: R244

Cherche à reprendre un petit Restaurant ou une Brasserie à Luxembourg.

Réf.: R247

Cherche à reprendre entreprise dans le secteur de la boulangerie ou de l'alimentaire.

Réf.: R250

Cherche café ou disco à reprendre.

Réf.: R251

Cherche à reprendre nettoyage à sec (pressing), salon de thé ou sandwicherie.

Réf.: R252

Cherche société de services en informatique de statuts PSF.

Réf.: R254

Cherche restaurant +/- 80 couverts avec terrasse, jardin et parking si possible au sud du pays.

Réf.: R255

Cherche à reprendre dossiers dans le domaine de la comptabilité, fiscalité et domiciliations.

Réf.: R256

Cherche à reprendre un petit restaurant au Centre de Luxembourg.

Réf.: R257

Cherche à reprendre entreprise de comptabilité, domiciliation, fiscalité.

Réf.: R258

Cherche à reprendre une PME active dans le domaine industriel avec effectif de 10 à 30 personnes.

Réf.: R259

Cherche à reprendre société dans le domaine financier, conseil, gestion de patrimoine, courtage...

Vous désirez publier une annonce? Inscrivez-vous sur le site www.cc.lu/bourse.htm, 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!

Vous voyagez souvent ?

Et si l'affaire de votre vie se trouvait dans votre courrier ?

BPM s'en charge : nous réceptionnons et transférons courrier et colis pour vous, nous vous avertissons de leur arrivée, et pouvons même ouvrir et scanner les lettres importantes pour vous les transmettre électroniquement. 7j/7, 24h/24 !



www.bpm-lux.com

BPM-Lux | Boîte postale - Postfach - Mailbox
34, Parc d'Activité Syrdall | L-5365 Munsbach



un service de RT-Log SA

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 15/12/2005.

GRAND MAGASIN DU PRINTEMPS S.à r.l.

31, Grand-Rue
L-9240 DIEKIRCH

c95181/2005

9/6/2005 - 8/12/2005

*cessation complète de l'activité commerciale,
articles textiles et articles de confection,
accessoires, articles de mercerie-bonneterie*

Cherche à reprendre (suite)

Réf.: R260

Cherche à reprendre petite entreprise commerciale ou de prestations de services ou dans le domaine de l'Industrie au Grand-Duché.

Réf.: R261

Cherche à reprendre un commerce de décoration & ameublement ou une agence immobilière dans le centre ou au sud du pays.

Réf.: R262

Cherche à reprendre fiduciaire.

Réf.: R263

Cherche à reprendre entreprise de transports de voyageurs moins de 9 places.

Réf.: R264

Cherche à reprendre hôtel/restaurant au centre ou au sud du pays.

Réf.: R265

Cherche à reprendre PME dans le domaine commercial, financier ou prestations de services +de 10 personnes (exclu Horeca).

Vous désirez publier une annonce? Inscrivez-vous sur le site www.cc.lu/bourse.htm, 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!

Mieux vous écouter,
mieux vous guider!

ESPACE ENTREPRISES

Que ce soit dans des domaines juridique, administratif, économique, social, dans le cadre d'une création, d'une reprise ou d'une transmission de société, la mission de l'Espace Entreprises est d'assister dans les meilleures conditions ceux qui, par leur initiative, contribuent à l'expansion de l'économie luxembourgeoise.

Votre partenaire pour la réussite





manager
cherche



équipe dynamique



monster.lu

premier média de recrutement



FORTIS 

Conseils en
matière
d'aides
étatiques

Pour bien connaître votre clientèle et cerner ses attentes vous devez être disponible à tout moment. **Fortis Banque Luxembourg** met toutes ses compétences au service de votre activité professionnelle. Des produits en adéquation avec vos besoins, des équipes compétentes et motivées pour soutenir vos projets, constituent de véritables leviers d'efficacité non seulement pour la gestion de votre commerce mais aussi pour votre patrimoine privé.

www.globalpro.lu

Entreprises | Professions libérales | Indépendants

Oui, je souhaite recevoir la brochure "Votre activité professionnelle" de Fortis Banque Luxembourg en français en allemand

Nom : Prénom :

Rue : N° : Code Postal :

Ville : Pays :

Tél. : E-mail :

Coupon à renvoyer à : Fortis Banque Luxembourg, Service Communication, Envoi Réponse 6106, L-1060 Luxembourg