

MARS 2007

MERKUR

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

www.cc.lu



Le City Management dans la Grande Région



■ VISITE OFFICIELLE

Le Président du Conseil de la République italienne, Romano Prodi, à la Chambre de Commerce



■ INTERNATIONAL

Calendrier 2007 de l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI (pages centrales)





S-net Mobile **Vos comptes à portée de main**

Au Luxembourg, plus de 75.000 personnes effectuent leurs principales opérations bancaires via S-net, l'Internet Banking de la BCEE.

Aujourd'hui, la BCEE innove avec S-net Mobile, une **nouvelle version de S-net spécialement conçue pour smartphones et PDA** tournant sous Windows Mobile, versions 5 ou 2003. S-net Mobile vous permet ainsi de réaliser les opérations bancaires les plus courantes.

Ce nouveau service est accessible via les trois opérateurs de téléphonie mobile du Luxembourg et les opérateurs étrangers.*

Grâce à S-net Mobile vous aurez toujours vos comptes à portée de main !

Plus d'informations sur S-net Mobile peuvent être obtenues sur www.bcee.lu et auprès de votre agence BCEE habituelle.

* Les frais de communication facturés par les opérateurs de téléphonie mobile pour la connexion à S-net Mobile peuvent varier d'un opérateur à l'autre.



SPUERKEESS

Äert Liewen. Är Bank.

Deutschland: Luxemburgs wichtigster Handelspartner

Seit Jahren ist Deutschland Luxemburgs wichtigster Handelspartner wenn man Export- und Importumsatz zusammenzählt. Deutsche Banken haben nicht nur einen traditionell hohen Anteil am Luxemburger Finanzplatz – jede dritte Bank in Luxemburg stammt aus Deutschland –, sondern stellt auch eine wachsende Zahl von Arbeitskräften im Großherzogtum. Rund 30.000 Grenzgänger aus Deutschland finden jeden Tag den Weg ins Großherzogtum, um die Luxemburger Wirtschaft durch ihre Arbeit entscheidend mitzugestalten.

Um die guten Beziehungen zwischen Deutschland und Luxemburg zu erhalten und zu vertiefen, hatte die Handelskammer Ende Februar in Zusammenarbeit mit der deutschen Botschaft und der deutsch-belgisch-luxemburgischen Handelskammer debelux zu einer Konferenz über die Wirtschaftspolitik Luxemburg – Deutschland 2007 eingeladen. Gleich zu Beginn der Konferenz begrüßte der Direktor der Luxemburger Handelskammer die jüngste Konjunkturentwicklung im großen Nachbarland und stellte erfreut fest: „Germany is back!“. Eine Nachricht, die die stark exportorientierten Luxemburger Unternehmen nur mit Genugtuung aufnehmen können, ist die Bundesrepublik doch der wichtigste Absatzmarkt, mit Ausfuhren Luxemburgs im Wert von 2,885 Milliarden EUR (+7,4 % im Vergleich zu 2005). Nicht umsonst verzeichnet Luxemburg zur Zeit den stärksten Wachstum im Grenzhandel mit Deutschland.

Der Bankexperte Dr. Reinhard Krafft zeichnete dann auch ein überwiegend positives Bild vom Wirtschaftsstandort Deutschland. Die gute Stimmung sei aber nicht in erster Linie ein Resultat der politischen Reformen sondern vielmehr der Unternehmer selber, die zum Teil schmerzhaft Anpassungen gemacht hätten, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen nachhaltig zu verbessern. Dies sei zwar zum Teil nur mit Verlagerungen der Produktion ins Ausland möglich gewesen, im Gegenzug entlaste aber der steigende Binnenabsatz und die daraus resultierende Investitionstätigkeit deutscher Unternehmen wiederum den Arbeitsmarkt.

Dem wirtschaftlich wiedererstarteten Deutschland kommt aber in den kommenden Monaten nicht nur auf nationaler sondern vor allem auch auf internationaler Ebene eine besondere Bedeutung zu. Anfang Januar hat

Deutschland die europäische Ratspräsidentschaft übernommen und wird bis Juni 2007 die Geschicke der Europäischen Union leiten. Und hier hat sich Deutschland, so Botschafter Hubertus von Morr in seinen Ausführungen, ein anspruchsvolles Programm gesetzt. Als wesentliche Punkte nannte er Klima- und Energiepolitik, Bürokratieabbau, die Vollendung des EU-Binnenmarktes sowie die Wiederbelebung der Verfassungsreform. Besonders letzter Programmpunkt gestalte sich zur Zeit äußerst schwierig, da die Diskussion um die Erneuerung der europäischen Institutionen im Augenblick erlahmt sei und einige Mitgliedsstaaten nur wenig Interesse an einer Wiederaufnahme der Bestrebungen zur Vertragserneuerungen zeigten, obwohl die Handlungsfähigkeit der EU mit den bestehenden Verträgen nicht mehr gegeben sei.

Von äußerster Wichtigkeit sei auch die Energiepolitik, so von Morr weiter, weil sich in dieser Frage die Mehrheit der EU-Staaten der weitgehenden Abhängigkeit von anderen Weltregionen bewusst seien und sich eine gewisse Bereitschaft zum gemeinsamen Handeln abzeichne. Mitte Februar erklärte die Bundeskanzlerin, die Ratspräsidentschaft wolle beim anstehenden Frühjahrsrat der Staats- und Regierungschefs Anfang März in Brüssel vor allem die Klima- und Energiepolitik der EU erörtern und mit einem ambitionierten Vorschlag im Klimaschutz in die internationalen Verhandlungen über ein Kyoto-Nachfolgeabkommen gehen. Ziel sei es, die CO₂-Emissionen in Europa um 20 Prozent, und wenn andere Länder mitspielen, sogar um 30 Prozent zu senken. Mit diesem Ziel vor Augen, könne Europa zum Vorreiter im Klimaschutz werden und von den entsprechenden technologischen Entwicklungen profitieren. Wirklich sinnvoll sind diese Bemühungen aber nur, wenn es zugleich gelingt in internationalen Abkommen die großen CO₂-Emittenten wie Amerika und die Schwellenländer in die Reduktionsziele einzubinden.

Um die guten Beziehungen zum großen Nachbarland Deutschland auch auf wirtschaftlicher Ebene weiter auszubauen, wird die Handelskammer Anfang 2008 eine Wirtschaftsmission nach Deutschland organisieren. Auch die deutsch-belgisch-luxemburgische Handelskammer debelux wird ihre Tätigkeit in Luxemburg weiter ausbauen und verstärkt mit der Handelskammer und ihren Mitgliedern zusammenarbeiten. ■



DOSSIER

4 Le City Management: une formule gagnante pour dynamiser les centres-villes de la Grande Région

FLASH

18 Visite officielle au Luxembourg de Romano Prodi, président du Conseil de la République italienne

DOSSIER

4 Le City Management: une formule gagnante pour dynamiser les centres-villes de la Grande Région

FLASH

18 Visite officielle au Luxembourg de Romano Prodi, président du Conseil de la République italienne

19 Réflexions sur le rôle du coaching interrégional et le soutien aux créateurs d'entreprises

20 LuxTrust S. A. et la Chambre de Commerce: un partenariat gagnant

INTERNATIONAL

24 Calendrier 2007

24 Visite des futurs diplomates à la Chambre de Commerce

25 Forum ukrainien le 9 février 2007 à la Chambre de Commerce

25 Messen und Ausstellungen im März/April 2007

26 Salon de la Maison et de l'Habitat – Parc des expositions de Metz Métropole

27 Visite d'Etat de sa Majesté le Roi d'Espagne à la Chambre de Commerce

27 La biotechnologie, secteur stratégique pour l'Espagne

28 ExpoTECH - Salon professionnel pour la technologie industrielle au Grand-Duché de Luxembourg

28 Economic Mission to Taiwan

30 The Trade and Investment Offices of the BED in New York and San Francisco

32 Contrôles à l'exportation vers l'Iran

34 4th EU UN-Procurement Seminar: How to do Business with the United Nations

36 Good Prospects for the Czech Economy

38 BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires

40 Textes européens publiés du 11 janvier au 21 février 2007

41 Marchés d'instruments financiers: Un nouveau site web sur la Directive «MiFID»

FORMATION

42 Erfolgreiche Konferenz "Die Führungskraft als Personalentwickler: Der Königsweg für das Finden und Halten von Talenten"

43 Une offre de formation spécifique pour l'industrie luxembourgeoise

44 „Dienstleistung: (k)eine Frage! ...?“ oder „Stimmt der Kern nicht – bleibt die Marke Illusion“

45 La communication d'entreprise face aux médias: enjeux et opportunités

54 Sacred Heart University désormais parmi les plus prestigieuses au monde

55 SNCI fördert Vermarktung von Forschungsprojekten der Universität Luxemburg

56 Cofinancement de la formation professionnelle continue en entreprise

57 Subventions pour l'intégration des étrangers par l'apprentissage de la langue luxembourgeoise

INNOVATION

58 Luxinnovation rejoint le réseau européen des Business and Innovation Centres (BIC)

59 Création d'un Comité supérieur de la Recherche et de l'Innovation au Luxembourg

59 Gestion de projets d'innovation: de nouvelles formations adaptées aux besoins des PME

60 2nd ESA CALL FOR IDEAS in the frame of Luxembourg's Industry Incentive Scheme: open until March 30, 2007

61 Luxinnovation invite les entreprises à participer au «Bokerage Event» de la Foire d'Hanovre 2007

62 Forum Entrepreneurship Interregional in Schloss Munsbach

64 Faites découvrir les métiers atypiques – Aidez les jeunes à construire leur avenir professionnel

ECONOMIE

66 Légère révision à la hausse des prévisions de croissance pour 2007



INTERNATIONAL

47 Calendrier 2007 de l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI

68 Une typologie des entrepreneurs luxembourgeois

70 Les consommateurs résidents achètent près de la moitié des meubles, 27 % des vêtements et 14 % des produits alimentaires à l'étranger

71 Sondage de satisfaction sur l'offre des fournisseurs d'accès à Internet

71 Bonne tenue du secteur des assurances en 2006

LEGISLATION/AVIS

74 Le mois de février déclaré «mois de la prévention de la fraude»

75 Arbeitsrecht in Luxemburg

76 Nouvelles dispositions légales applicables en matière d'autorisations pour heures supplémentaires

76 JURISNEWS – Regard sur le Droit de la Construction et Immobilier

77 Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce



ECONOMIE

66 Légère révision à la hausse des prévisions de croissance pour 2007

FEDERATIONS/U.E.L

78 Moderniser le droit du travail pour relever les défis du 21^e siècle – Livre vert de la Commission européenne

80 Plus proche du client: Donner au consommateur des alternatives aux achats à l'étranger

81 Loi sur la lutte antitabac: bilan positif dans les entreprises

81 Claudine Spelz réélue

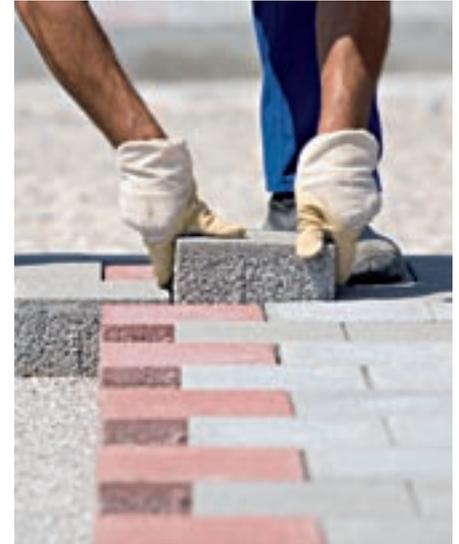
82 Dirk Sumkötter neuer Präsident des Buchverlegerverbandes

83 Statut unique: Un premier pas dans la bonne direction?

83 Jacques Piroux nouveau Directeur adjoint de la clc

84 La Place financière luxembourgeoise dans le respect des droits d'auteur

85 Lancement du programme «Luxembourg, pôle du commerce de la Grande-Région»



FEDERATIONS/U.E.L

78 Moderniser le droit du travail pour relever les défis du 21^e siècle – Livre vert de la Commission européenne

INFO ENTREPRISES

86 En bref

86 Arcelor Mittal développe des activités d'extraction de minerai de fer au Sénégal

86 Qualified and experienced private chauffeurs on demand

87 Excellence: Nouvelle brochure pour voyages haut de gamme

88 Opti-Vue vergrößert sein Angebot

88 Primesphere obtient le prix HP OpenView EMEA Partner Award

89 Villeroy & Boch au salon «Ambiente» de Francfort

89 Lancement de la première solution de leasing à la carte

90 Enquête Fortis sur le profil de l'entrepreneur européen

90 Ribs, une agence de publicité un brin décalée

92 Nouveau – Promouvoir la responsabilité sociale des entreprises

BOURSE

94

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: 30.000 exemplaires
Reproduction autorisée avec mention de la source.

Copie à l'éditeur

Rédaction:

Patrick Ernzer, rédacteur en chef
Marie-Hélène Trouillez

Mise en page et impression:

Imprimerie Centrale S.A.

Conception graphique:

rose de claire, design.

Couverture:

lola

Crédit photographique:

MEV Verlag, Chambre de Commerce, SIP, ONT Luxembourg

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
www.ic.lu

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.



Grande Région

Le City Management: une formule gagnante pour dynamiser les centres-villes de la Grande Région

Au cours des dernières années, la ville et le commerce ont été marqués par des modifications profondes liées aux changements de mobilité et des habitudes de consommation. L'accroissement de la mobilité est particulièrement important pour les villes de la Grande Région car les consommateurs sont de plus en plus enclins à passer les frontières pour comparer les prix et faire leurs achats. En outre, les centres-villes se retrouvent en compétition accrue avec les centres commerciaux de la périphérie. Cette quête de positionnement nationale et internationale doit pousser les villes à se doter d'une image de marque forte et à promouvoir leurs attraits.

Bien consciente de cette problématique et afin de coordonner les différentes initiatives mises en œuvre, la Grande-Bretagne a développé, il y a plus de quinze ans,

un concept de gestion du centre-ville aussi appelé City Management. Fort de ce succès, d'autres pays européens ont suivi et l'ont adapté à leurs propres besoins.

Soucieuse des enjeux économiques liés à sa situation géographique et de l'importance que le City Management a pris au cours de ces dernières années, la Chambre de Commerce du Grand-

Duché de Luxembourg organisera en partenariat avec ses homologues de la Grande Région, une conférence le vendredi 20 avril 2007 dans ses locaux. Cette manifestation, la première du genre, rassemblera tous les acteurs compétents en matière de City Management.

C'est dans ce cadre que seront abordés les problématiques telles que

la modernisation de l'infrastructure urbaine, les activités de marketing, la gestion de cellules vides, les partenariats, mais également la place de la culture dans la ville.

Cette journée offrira la possibilité aux participants d'assister à différentes présentations et d'interagir avec les experts présents lors de sessions de ques-

tions-réponses. Les résultats de cette journée seront concrétisés par la signature d'une charte du City Management au sein de la Grande Région. En guise d'introduction à cette conférence, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg consacre le dossier de ce mois au City Management en Grande Région.

La Grande Région et ses capitales: concertation et actions

Installée sur 65.401 km², la Grande Région dénombre actuellement plus de 11,3 millions d'habitants. On y compte 4,5 millions d'emplois intérieurs. Le travail frontalier occupe 166.300 personnes dont les 2/3 travaillent au Luxembourg. Ce phénomène s'est largement accéléré en 2005 et 2006.

Une déclaration d'intention a été signée dès le 29 février 2000 entre les maires des quatre capitales de la Grande Région afin de constituer un réseau intercommunal transfrontalier qui aurait pour mission principale de préparer, d'élaborer et de mettre en pratique conjointement, et à échelle transfrontalière, des projets relevant du domaine des télécommunications et du multimédia. Loin de rester une simple déclaration d'intention, cette collaboration reconnue sous l'appellation «Quattropole» est rapidement devenue réalité pour les villes de Luxembourg, Metz, Sarrebruck et Trèves. Financée par ces dernières, Quattropole vise à stimuler les synergies et mettre en valeur le potentiel économique de la Grande Région dans un intérêt mutuel.

Projet de terrain, Quattropole met en place des initiatives et services transfrontaliers à destination des particuliers, mais également des entreprises, et tout particulièrement à l'intention des petites et moyennes entreprises. Concrètement, l'action de Quattropole se traduit par des projets propres au réseau ainsi formé, labellisés «Quattropole» et mis en œuvre grâce à des échanges d'expériences et d'informations entre les villes et avec la participation éventuelle de partenaires externes.

Pour plus d'information: www.quattropole.org

Les villes et/ou les régions sont davantage sollicitées que par le passé pour s'impliquer dans leur propre développement. Dans le contexte de la Grande Région, les villes ou les régions ne peuvent s'organiser de manière autarcique et c'est là que le City Management prend toute son ampleur.

A l'heure actuelle, le City Management ne peut plus être réduit à un simple effet de mode et à une seule définition généraliste permettant de refléter le contexte spécifique de chaque ville.

Le City Management est en premier lieu un outil indispensable pour fédérer les énergies afin de valoriser et diversifier l'offre commerciale autour d'une idée forte : le visiteur d'une ville, qu'il soit touriste ou résident, est un consommateur en puissance qu'il faut charmer et convaincre. Pour atteindre son objectif économique, le City Manager doit agir sur plusieurs paramètres. Il faut d'abord que l'offre commerciale globale soit en

cohérence avec un plan directeur du commerce véhiculant une vision d'ensemble, indispensable pour aiguiller les différents acteurs.

Or, le City Management n'a pas nécessairement comme seule et unique vocation de mettre un terme à la déperdition des commerces urbains. La revalorisation du commerce va généralement de pair avec une politique visant à améliorer les conditions de vie des habitants du centre-ville couplée à une stratégie tendant à stopper l'hémorragie que ces mêmes centres connaissent avec l'exode des habitants vers les banlieues. Une telle stratégie est donc par essence même une stratégie intégrée et représente une nouvelle façon de collaborer avec de nombreux partenaires issus de domaines variés, tels que la culture, le tourisme, l'éducation, les commerces, les administrations, l'urbanisme, la mobilité, l'économie ou encore la communication.

Quelque soit sa dénomination, le City Management est généralement appelé à

remplir diverses fonctions. Son premier rôle est d'être un lien entre les différents partenaires publics ou privés. Il doit également promouvoir les forces et les attraits de la ville et essayer d'apporter des solutions à ses faiblesses. L'organisation d'actions ponctuelles ayant pour but d'attirer la population vers le centre-ville fait partie de ses compétences. Toutefois, toutes ces actions n'ont de sens que si une communication cohérente est mise en place, afin de donner une identité culturelle et commerciale à la ville. Cette identité est nécessaire puisqu'elle sert de repère et permet à la ville de se démarquer efficacement par rapport aux pôles commerciaux périphériques.

Ce qui caractérise le City Management de ce début du vingt-et-unième siècle n'est plus le seul fait d'acteurs publics ou de promoteurs privés qui ambitionnent de mettre en place des stratégies pour renforcer leurs centres. Il s'agit maintenant d'un partenariat public-privé.

Madame **Bernadette Mérenne**, Professeur et Directrice du Service d'Etude en Géographie Economique Fondamentale et Appliquée (SEGEFA) de l'Université de Liège: «La présence de partenaires puissants à la fois financièrement et politiquement est un gage de réussite.»

Monsieur **Johny Hoffmann**, Président de la Commission du Commerce de Détail, ancien Président de l'Association des Commerçants, Artisans et Industriels de la Ville d'Esch-sur-Alzette:

«Un City Manager n'a de sens que lorsqu'il peut effectuer son métier de manière indépendante, sans devoir demander une autorisation à gauche ou à droite pour pouvoir améliorer ou pour changer une situation donnée.»

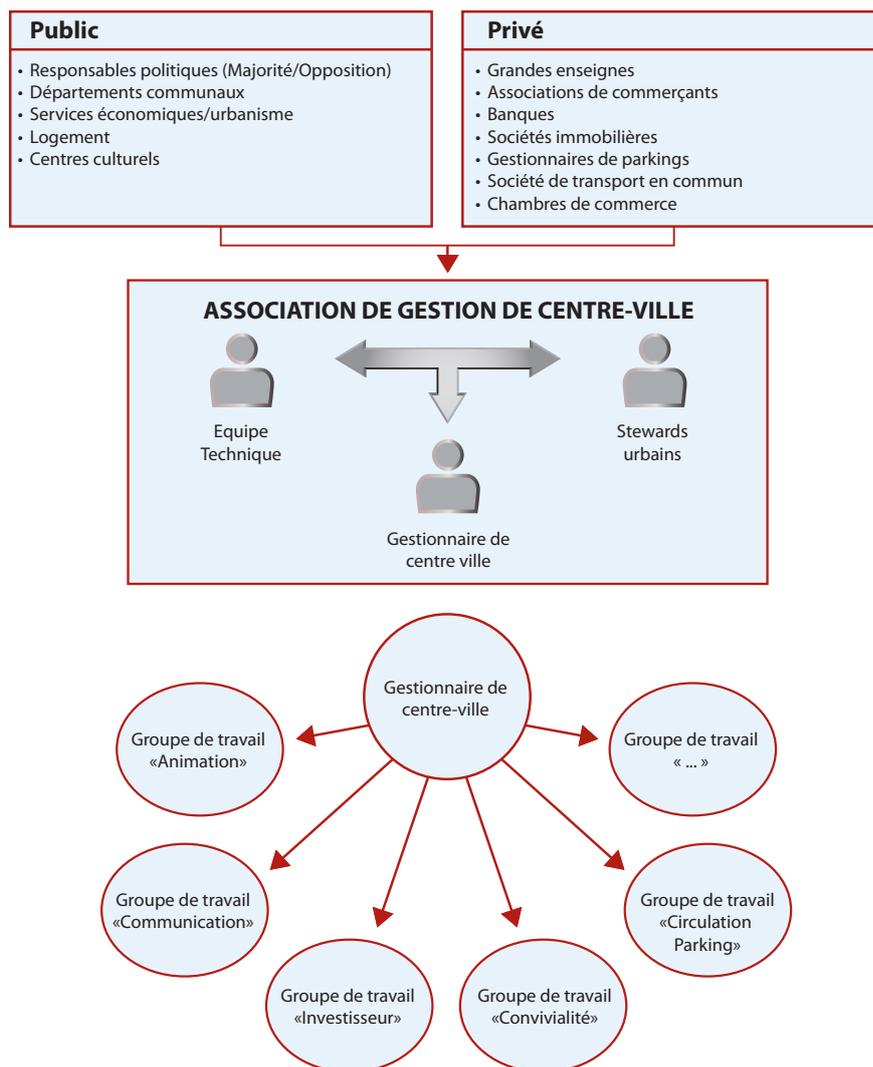
Forme de «public private partnership», ce «PPP» s'articule autour de trois grands axes: une optimisation des offres dans tous les secteurs de croissance sur base d'un «Leitbild» cohérent, c'est-à-dire une image de marque claire et distinctive, le tout supervisé par un City Manager qui assure la coordination entre tous les acteurs, publics et privés, en interne et en externe.

Si l'énumération isolée de ces points forts ne semble pas revêtir un caractère fondamentalement novateur, il en est autrement de leur combinaison au sein de nouveaux vecteurs que sont les organismes de développement commercial particuliers regroupant plusieurs acteurs économiques d'une zone urbaine précisément délimitée.

Ces «organismes» revêtent en Belgique, par exemple, la forme de «cellules de gestion de centre-ville». Ce concept de cellule de gestion de centre-ville est chapeauté par un organisme national: l'Association du Management de Centre-Ville (A.M.C.V.). Les cellules de gestion de centre-ville ont généralement adopté la forme d'A.s.b.l. La gestion de centre-ville se fonde sur un partenariat entre acteurs privés et publics. Les décisions relevant des grands objectifs de la cellule de gestion de centre-ville sont prises par un Conseil d'Administration qui réunit soit des partenaires publics, soit des partenaires privés. Certaines cellules ont institué un «Comité Directeur» qui réunit quelques membres du Conseil d'Administration (titulaires des postes-clés) ainsi que le City Manager. Ce Comité s'occupe de la gestion courante de la cellule et des dossiers urgents. Toutefois, les actions menées relèvent essentiellement de l'animation et de la promotion du centre-ville.

Le Canada francophone mise quant à lui sur des «sociétés de développement commercial», les S.D.C., tandis que le versant anglo-saxon a instauré des «Business Improvement Districts», ou B.I.D. En ce qui concerne les S.D.C., une base légale, au niveau de la province du Québec, en fixe les conditions de mise en place et le mode opératoire. La ville détermine des zones commerciales occupant un territoire géographique défini par voie de règlement municipal. Ces zones peuvent être plus ou

Fonctionnement des cellules de gestion de centre-ville



Source: La Politique de la Ville en Région wallonne, brochure publiée par la Direction Générale de l'Aménagement du Territoire, du Logement et du Patrimoine (D.G.A.T.L.P.), s. d., p.29

moins grandes. C'est à l'intérieur de ces zones que sont définies les limites du district dans lequel opère la S.D.C. La création d'une S.D.C résulte d'une démarche démocratique qui est mise en place suite à l'acceptation des acteurs de

la zone de créer cette structure fonctionnant sur le mode d'une A.s.b.l.

Une S.D.C. est activée sur une zone délimitée si 50 % des «gens d'affaires» y sont favorables. Elle se concentre sur le développement économique du péri-

mètre défini. Les actions se limitent là encore essentiellement à de l'animation et de la promotion du centre-ville, avec dans certains cas, l'organisation de programmes de formation pour les commerçants.

Les commerçants et les entreprises du quartier du Vieux-Montréal se sont dotés d'une S.D.C. dédiée à accroître la prospérité du quartier. Ses deux premières années d'existence ont permis la mise en place de structures légales et administratives, ainsi que l'établissement d'une analyse SWOT du Vieux-Montréal (de l'anglais Strengths-forces, Weaknesses-faiblesses, Opportunities-opportunités, Threats-menaces. Il s'agit d'un outil de planification stratégique permettant d'analyser l'environnement externe et interne d'un projet).

Elle a notamment travaillé sur diverses thématiques telles que l'embellissement et l'aménagement de certaines zones en fleurissant le quartier ou en aménageant les vitrines vacantes par exemple. Elle s'est occupée de l'entretien et de la propreté du quartier en initiant entre autres le projet de toilettes publiques et du nettoyage des graffitis. De plus, l'accès du quartier, la circulation et le stationnement ont été repensés en incitant le stationnement de vélos et en recensant les espaces de stationnement.

La S.D.C. s'occupe également de la sécurité du quartier en développant un système d'auto-surveillance. En outre, la Société de Développement Commercial établit sa propre communication notamment via la presse ou son site Internet, mais aussi au moyen d'un guide, d'une brochure, d'une carte privilège et d'un annuaire. Par ailleurs, elle réalise des études et des recherches sur les tendances touristiques, la loi anti-tabac et la taxe de stationnement non-résidentiel. Le budget de la S.D.C. du Vieux-Montréal prévu pour l'année 2007 a été établi comme suit: près de 90 % proviennent des cotisations des membres, 10 % des aides ou de revenus divers.

Pour plus d'informations: www.sdcvieuxmontreal.com

Les B.I.D. anglais et américains consistent également à développer un partenariat entre le secteur public et privé.

Les actions menées sont plus larges que celles chapeautées par les S.D.C. ou encore les cellules de gestion belges et dépassent la simple, mais nécessaire animation et promotion du centre-ville. Le

secteur public est essentiellement présent dans ce partenariat pour veiller au respect des intérêts des habitants et de l'intérêt public.

Les actions menées vont de la gestion quotidienne de l'espace (sécurisation, propreté, gestion commerciale) à des investissements structurels, comme des parkings (construction et gestion)

ou de petits aménagements (mobiliers urbains) sans oublier le marketing commercial de la zone.

Si les cellules de gestion de centre-ville, les S.D.C. ou les B.I.D. poursuivent le même but, leur mode de financement n'est pas le même et semble d'ailleurs largement conditionner les marges de manœuvre.

En **Belgique**, le financement de la cellule de gestion de centre-ville de Genk fait figure d'exemple de financement «PPP» réussi. En effet, après quelques années de concertation entre les commerçants du centre-ville et les autorités locales, elle a obtenu un financement local mixte public-privé 50:50. Les financements privés sont collectés à partir d'une taxe communale prélevée sur les activités de pied d'immeuble. Le centre-ville a été divisé en trois zones, délimitées selon la dynamique commerciale, zone 1 primaire, zone 2 secondaire et zone 3 tertiaire. Le tarif est appliqué à 100 % en zone 1 et à 50 % en zone 3. La base tarifaire de la taxe varie selon la superficie des espaces communaux. Quant au financement public, il provient de l'autorité communale et correspond au montant de la somme perçue auprès du secteur privé par la taxe. L'ensemble du financement public et privé est ensuite reversé à la cellule de gestion de centre-ville où public et privé décident ensemble de la stratégie, des actions à mener et des dépenses des fonds récoltés. Ce mode de financement mobilise au niveau du secteur privé, uniquement les commerçants.

Le financement des S.D.C. au **Québec** est assuré par toutes les entreprises assujetties selon la loi à une taxe nationale appelée «taxe d'affaires» et situées dans le territoire de la S.D.C., la cotisation étant obligatoire et appelée «taxe d'affaires spéciale».

Le financement des B.I.D. en **Angleterre** ou aux Etats-Unis repose quant à lui principalement sur le privé, en premier lieu les propriétaires d'immeubles commerciaux, le secteur public pouvant toutefois intervenir dans le financement de telle ou telle action spécifique. Le fait de mobiliser les propriétaires des immeubles commerciaux semble être cohérent pourvu que ces derniers soient les premiers bénéficiaires de telles opérations. Ce mode de financement est particulièrement propice dans un monde où la structure foncière se trouve aux mains de quelques propriétaires, souvent des institutionnels, ce qui permet un consensus plus rapide entre les propriétaires pour mettre en place et gérer ces opérations.

Source: Association du Management du Centre-Ville Newsletter bimestrielle «Tendance Centre-Ville»

Ces modes de financement, aussi différents soient-ils, permettent de s'assurer que ceux qui profitent des avantages et des retombées générées par les actions mises en place y contribuent financièrement. Ce qui s'oppose aux associations volontaires telles que les Unions commerciales où ce sont souvent quelques-uns, toujours les mêmes, qui paient.

La mise en place au Luxembourg d'une structure du City Management a aussi été insufflée par la conférence organisée en 1999 sur le thème du «City Management – Die Wiederbelebung des innerstädtischen Handels»¹. Actuellement, la Ville de Luxembourg est la seule ville au Grand-Duché à disposer d'un City Manager. Dans les mois à venir, il est probable que d'autres communes en fassent autant.

La stratégie adoptée par la Ville de Luxembourg sous l'impulsion de son City Manager Géraldine Knudson est du type intégré, embrassant donc tous les domaines d'intérêt allant du marketing commercial jusqu'à la politique culturelle en passant par le tourisme et la mobilité.

Le City Management tel qu'il est appliqué à Luxembourg-Ville se base sur un financement essentiellement public. Les ressources financières de la ville n'étant pas inépuisables, la Ville de Luxembourg étudie la possibilité de recourir à l'implantation d'une structure de gestion de centre-ville, éventuellement du type «Business Improvement District» (B.I.D.), un prototype étant envisagé pour la rue de la Boucherie, derrière le Palais Grand-Ducal.

Si la Ville de Luxembourg est l'initiatrice du City Management en son sein et le finance en grande partie, le secteur privé détient néanmoins une place de choix en tant que partenaire dans les différentes missions dont la City Manager a la charge. Cette dernière et son équipe consultent systématiquement tous les «stakeholders» pour toutes les propositions d'améliorations



Madame **Géraldine KNUDSON**

Née en 1968 à Troisdorf (Allemagne), Autrichienne, mariée, 1 enfant, a travaillé pendant 3 ans en tant que conseillère pour la communication stratégique à Luxembourg. Depuis 2006, Géraldine Knudson est la City Manager de la ville de Luxembourg.

«Notre vision du City Management est commune à d'autres villes et s'articule autour de 3 axes: premièrement la création d'une image directrice («Leitbild») pour la Ville, deuxièmement l'amélioration des infrastructures et troisièmement la coordination des différentes forces vives afin d'instaurer une bonne communication.

Le City Management en Grande Région a un fort potentiel. Il faut tout d'abord que les différentes villes créent leur propre image directrice et se positionnent en mettant en avant leurs propres atouts. Il est important de travailler en commun, d'échanger ses expériences pour développer le concept de Grande Région qui est très porteur.»

¹ La renaissance du commerce urbain

Was ist und wozu dient ein Leitbild?

von Géraldine Knudson

Durch ein Leitbild manifestiert eine Stadt ihren Anspruch, sich über einen längeren Zeitraum in eine definierte Richtung hin zu entwickeln. Diese Richtung wird durch das von der Stadt angestrebte Image bestimmt. Das Image der Stadt ist die Art und Weise, wie sie von außen wahrgenommen wird.

Idealerweise kommen sowohl das Image als auch das daraus resultierende Leitbild in einem partizipativen Prozess zustande, d.h. einem Prozess, der auf der Mitwirkung vieler Teilhaber beruht. Das verschafft dem Leitbild nicht nur Glaubwürdigkeit, sondern motiviert die privaten und öffentlichen Akteure der Stadt dazu, sich auf ein gemeinsames Ziel hin zu engagieren.

Das Leitbild der Stadt Luxemburg ist aus einem solchen partizipativen Prozess entstanden: In einer qualitativen Studie mit ca. 80 Befragten aus allen Bereichen der Stadt, wurden zunächst die Stärken und Schwächen der Stadt analysiert. Die Ergebnisse der Studie und der daraus resultierende Vorschlag zum zukünftigen Image der Stadt wurden im Mai 2006 einem größeren Publikum von ca. 250 Personen vorgestellt.

Die Anwesenden aber auch alle anderen Interessierten, die von der Präsentation aus der Presse erfahren hatten, konnten sich anschließend für 5 Arbeitsgruppen melden. Die Arbeitsgruppen (Think Tanks genannt) umfassen die wichtigsten Entwicklungsbereiche der Stadt:

- 1 – Kultur, Tourismus, Partimoine;
- 2 – Gesellschaft, Soziales, Integration, Gleichstellung;
- 3 – Wirtschaft, Handel, Gastronomie, Administration;
- 4 – Stadtentwicklung, Mobilität, Umwelt;
- 5 – Image und Kommunikation.

Über ein Jahr trafen sich die Arbeitsgruppen wiederholt, um sich über ihre Vorstellung von der Stadt der Zukunft auszutauschen. Die Frage, die sich den Mitwirkenden stellte: was muss in meinem Bereich geschehen, um unsere gemeinsame Vorstellung von der Stadt der Zukunft zu erreichen. Ein Beispiel: Will sich eine Stadt als besonders umwelt- oder familienfreundlich darstellen, hat dies Auswirkungen auf fast alle Bereiche. Z.B. auf die Mobilität, auf den Handel, auf Soziales, die Stadtentwicklung, die Verfügbarkeit von Betreuungsinfrastrukturen, Freizeitinfrastrukturen, etc. Die Ergebnisse der Diskussionen wurden in einem ersten Entwurf für das Leitbild der Stadt zusammengefasst. Dieser Entwurf wird in der letzten Runde Think Tanks Ende März 2007 abschließend besprochen und das fertige Strategiepapier dann (wiederum im Mai/Juni) einem größeren Publikum vorgestellt. Mit neuer Dynamik ausgestattet, werden die Arbeitsgruppen sich im zweiten Jahr ihrer Existenz mit der Planung und Umsetzung von Konzepten und Aktivitäten auseinandersetzen, die zur Umsetzung des Leitbildes beitragen.

Leitbilder tragen dazu bei, die Lebensqualität einer Stadt nachhaltig zu verbessern und die Attraktivität der Stadt zu stärken. Die Stadt macht sich so zu einem Anziehungspunkt für heutige und zukünftige Bewohner und Besucher und natürlich auch zu einem Standort für Investitionen, die die Wirtschaftskraft der Stadt und damit den Wohlstand für Alle sichern.

ou d'actions à entreprendre. Comme dans d'autres villes, le City Management au Luxembourg a aussi pour vocation de coordonner les différentes actions de la manière la plus neutre possible.

Il est un fait certain que la mise en place d'une bonne image de marque pour une ville est un gage de réussite pour le futur. C'est souvent l'image de marque de la ville qui fait qu'elle se vend bien ou pas, que des enseignes sont intéressées ou non à s'implanter. Mais, il ne suffit pas de disposer d'une bonne image de marque, encore faut-il la communiquer. C'est exactement ce que compte faire la Ville de Luxembourg dans les mois à venir.

Un des nombreux chevaux de bataille de la personne en charge du City Management à Luxembourg Ville est encore d'inviter des exploitants à reprendre des cellules commerciales inoccupées. Dans cette même veine, le City Management met également en place des actions incitant le retour d'habitants en centre-ville, habitants dont la Ville a grand besoin. Mais comme le dit Géraldine Knudson: «C'est assez compliqué car les vitrines de magasins ont été élargies et bien souvent les accès aux étages sont devenus difficiles. Nous avons par exemple un projet qui essaye de trouver une solution en donnant accès par l'arrière de trois bâtiments mis ensemble, par un pont, par des escaliers ou d'autres éléments.»

La Ville de Trèves, quant à elle, n'a jusqu'à présent pas institutionnalisé le City Management. Les commerçants et autres intéressés se sont pourtant dotés d'un instrument répondant à la dénomination «Die City-Initiative Trier». Cette A.s.b.l. compte actuellement 160 membres provenant d'horizons divers tels que le commerce, les entreprises de services, les institutions publiques, les professionnels indépendants ainsi que de simples citoyens de la Ville de Trèves. Cet organisme est chapeauté par une instance de direction composée de 18 membres représentatifs issus d'organismes dont la mission est de mettre en avant les différentes actions menées dans la ville de Trèves.

La City-Initiative Trier fonctionne essentiellement grâce aux contributions de ses membres, aux promotions de la ville et aux revenus des taxes de stationnement provenant de différentes manifestations. Les acteurs publics tels que la Chambre de Commerce de Trèves soutiennent ces initiatives afin d'encourager l'économie.



Madame Karin **KALTENKIRCHEN**

Geboren im Jahre 1969 in Trier (Deutschland), verheiratet. War Verkaufsleiterin für Lidl Lebensmittel. Seit 1998 als Geschäftsführerin bei Modehaus Marx. Seit April 2006 Erste Vorsitzende der City Initiative Trier e.V. Desweiteren engagiert sie sich im Vorstand des Kreises Junger Unternehmer sowie im Handelsausschuss der IHK Trier. Seit Herbst 2006 ist sie ebenfalls tätig als Handelsrichterin.

«Es ist wichtig, dass sich die Innenstadtakteure des Oberzentrums bündeln und zusammenhalten. Selbstverständlich ist es unser mittelfristiges Ziel, noch mehr Innenstadtakteure von der Wichtigkeit einer Mitgliedschaft in der City-Initiative Trier e.V. zu überzeugen und für unsere gemeinsame Aktivität zu gewinnen. Auch im Bereich der Zusammenarbeit mit der Stadt oder auch dem Einzelhandelsverband planen wir, unsere Tätigkeiten noch enger miteinander zu verzahnen und noch stärker gemeinschaftlich aktiv zu werden. Ebenfalls hinsichtlich der bereits bestehenden Abstimmung von Terminen mit dem Umland, planen wir in Zukunft eine noch bessere Kommunikation. Ziel von uns allen muss es zum Beispiel sein, keine parallelen Großveranstaltungen zu organisieren, damit die Vielfalt der attraktiven Events erhalten bleibt und unsere Region auch weiterhin Besuchermagnet für zahlreiche Menschen sein wird.

Wie bereits erwähnt haben wir uns mittelfristig das Ziel gesteckt, noch mehr Innenstadtakteure für unsere aktive Solidargemeinschaft zu gewinnen. Dabei planen wir unter anderem auch, Handwerksbetrieben verstärkt die Möglichkeit zu bieten, sich aktiv zu beteiligen. Zudem möchten wir unsere Werbemaßnahmen in der Großregion forcieren und langfristig neue Ideen und Konzepte, wie z.B. den Trierer Geschenkgutschein, realisieren, die die Kunden und Besucher noch stärker an unsere schöne Stadt binden. Wir sehen also einer sehr positiven Entwicklung entgegen mit neuen Konzeptionen und einer noch größeren Gemeinschaft, die noch mehr für Trier bewegen wird!

Um diese Ziele zu erreichen, hat die City-Initiative verschiedene Maßnahmen in Angriff genommen. Es wurde nicht nur ein Arbeitskreis Handel und Tourismus gegründet, sondern auch eine Studie zum Thema „Einkaufsverhalten ausländischer Touristen in Trier“ an der Universität Trier in Auftrag gegeben. Die Studie liefert diverse Handlungsempfehlungen, wie beispielsweise eine Anpassung der Ladenöffnungszeiten an die Frequenzströme der Shoppingtouristen, eine bessere Ausschilderung der Sehenswürdigkeiten sowie die Schaffung von mehr Sitzmöglichkeiten in der Innenstadt. Ein weiteres Handlungsfeld der City-Initiative ist die China-Offensive, bei der unter anderem ein kostenloser Sprachkurs Chinesisch für Mitarbeiter des Handels, der Gastronomie und Hotellerie angeboten wird.

A quelques kilomètres de Trèves, un autre vecteur a été choisi par la Ville de Sarrebruck pour couler les fondations de sa politique en matière de City Management. En effet, la Ville, l'Union commerciale («Verein für Handel und Gewerbe Saarbrücken e.V.») et le Syndicat d'initiative de Sarrebruck («Verkehrsverein Saarbrücken e.V.») se sont associés et ont créé une S.à r.l. de droit allemand dont la Ville de Sarrebruck est le principal associé et sa bourgmestre la présidente de son conseil de surveillance. La société est administrée par le gérant du Syndicat d'Initiative de Sarrebruck.

A Arlon, le City Management est assuré par une cellule de gestion de centre-ville suivant le cadre général posé par l'Association du Management de Centre-Ville (A.M.C.V). La cellule de la Ville d'Arlon est une A.s.b.l. qui trouve ses origines dans une analyse SWOT (cf. plus haut) approfondie du territoire communal. Les études réalisées permettent de dégager des bonnes pratiques de gestion en vue d'établir un plan d'actions cohérent. L'A.s.b.l. est un exemple réussi d'un partenariat public-privé entre la Ville d'Arlon et l'Association Commerciale et Industrielle d'Arlon.

L'A.M.C.V. ne donne aucune ligne de conduite pour des missions à effectuer sur le terrain arlonais. Chaque ville a une situation qui lui est propre, dépendant des institutions, de la mouvance politique locale et du contexte géographique dans lequel elle se situe, de sorte que la cellule de gestion du centre-ville d'Arlon met en œuvre ses propres plans d'actions approuvés par l'ensemble de ses partenaires.



Monsieur **Ralf KIRCH**

Geboren im Jahre 1969, verheiratet, 1 Kind. Hat während 5 Jahren als Geschäftsführer der KONTOUR (Kongress- und Touristik Service Region Saarbrücken GmbH) gearbeitet. Seit 2005 ist er Geschäftsführer der City-Marketing Saarbrücken.

“Die Landeshauptstadt Saarbrücken stellt der GmbH jährlich – zunächst für die Dauer von drei Jahren (bis 2008) – ein Budget von jeweils 100.000 Euro zur Verfügung. Desweiteren stellt die Landeshauptstadt zwei städtische MitarbeiterInnen zur Erledigung der Aufgaben zur Verfügung. Die Geschäftsführung, das Sekretariat und die Buchhaltung werden teilweise von dem Verkehrsverein Saarbrücken e.V. bzw. von der KONTOUR GmbH finanziert. Die Gewerbevereine bringen sich in Form von ehrenamtlichem Engagement und mit Sachleistungen ein.

Der Stadtrat der Landeshauptstadt Saarbrücken hat die Einrichtung der City-Marketing Saarbrücken GmbH zunächst für drei Jahre beschlossen. Wie jeder Betrieb muss auch die City-Marketing Saarbrücken GmbH nachweisen, dass sie erfolgreich arbeitet, was uns im ersten Jahr zwar überdurchschnittlich gut gelungen ist, aber zukünftig durch die Fülle der Aufgaben immer schwerer wird.

Wir sehen einen zusätzlichen Personalbedarf und die Notwendigkeit einer besseren finanziellen Ausstattung, denn wir sind u.a. zuständig für die Vermarktung von größeren Ereignissen in der City. Wollen wir unseren Einzugsbereich effektiver bewerben, benötigen wir dazu erheblich mehr Mittel als uns momentan zur Verfügung stehen, obwohl wir grundsätzlich auf die Mitverantwortlichkeit unserer „Kunden“, des Handels und der Gastronomie nämlich, setzen; d.h. wir erbitten zu jeder Marketingmaßnahme auch Beiträge von denjenigen, die davon profitieren. Außerdem akquirieren wir sehr viele Sponsorengelder für die Durchführung unserer Maßnahmen.

Die Großstädte der Region befinden sich immer mehr in einer verschärften Wettbewerbssituation untereinander. Sie sollten sich darum bemühen, soweit als möglich zusammen zu arbeiten. So könnten sie u.a. von den Erfahrungen jedes Einzelnen profitieren.

Sie sollten ihre eigenen Profile schärfen und soweit als möglich mit denen der anderen Städte abstimmen. Ebenso könnten Großveranstaltungen in Grenzen terminlich abgestimmt werden.

Eine gemeinsame Vermarktung der Großregion hätte gerade in touristischer Hinsicht große Chancen in Angriff genommen zu werden. Ein erstes Vorbild hierfür ist Quattropole (Städtenetz: Metz, Luxemburg, Trier, Saarbrücken).“

Madame **Christelle ADANT**

Christelle Adant a démarré en tant que consultante dans le secteur des systèmes de gestion de l'information, en Belgique puis au Luxembourg. Son engouement pour le développement économique, social et culturel de sa région l'amène, en 2004, à prendre la direction de l'A.s.b.l. Arlon Centre-Ville.

«Le concept de la gestion de centre-ville se développe de plus en plus. Je crois au potentiel des villes par rapport au développement des centres commerciaux périphériques, car la ville se différencie par rapport à sa situation urbaine, sa culture, sa structure, son histoire. Elle a des atouts indéniables qui feront l'unanimité dans quelques années.

Nous sommes souvent confrontés à des problématiques très locales, commerciales, politiques. Les villes et leur rayonnement sont considérés dans un contexte régional et subissent l'impact des développements commerciaux actuels et futurs que ce soit au Luxembourg ou sur le Pôle économique de Développement (P.E.D.). La zone de chalandise s'étend à la Grande Région et des projets d'envergure s'étendent à cet espace géographique. Il faut donc chercher à donner une identité à notre ville (ndlr : Arlon) par rapport aux développements périphériques mais aussi par rapport à Luxembourg, à Longwy ou à Metz.

La Ville d'Arlon doit avoir une identité en adéquation avec sa position dans la Grande Région. Il est important de partager des expériences, éventuellement de faire des efforts conjoints dans certains domaines de lobbying, de communication ou d'organisation d'événements. Ce sera une question de création de réseau et de partage d'expérience.»



La directrice de la cellule de gestion de centre-ville de la Ville d'Arlon travaille en étroite collaboration avec l'association locale des commerçants et industriels et insiste sur le fait que chacun dispose de missions qui lui sont propres. «Les associations de commerçants sont des regroupements de commerçants qui se chargent d'assurer une bonne communication entre les commerçants. Ce sont des groupements qui ont un rôle de lobbying auprès des institutions communales et sont chargés de l'animation commerciale lors d'événements ponctuels.»

Pour la Ville d'Arlon, un cadastre des cellules vides a été développé et, à partir de cet état des lieux et du relevé des commerces existants, il est possible de détecter quelles sont les branches commerciales qui mériteraient d'être renforcées.

En ce qui concerne la propreté à Arlon, la répartition des tâches de net-

toyage a été établie de telle sorte que les autorités se sont partiellement déchargées de certaines missions afin de pouvoir se concentrer sur d'autres, comme par exemple l'aménagement d'espaces verts. Les ouvriers urbains de la cellule de gestion de centre-ville s'occupent du nettoyage des rues et du ramassage des mégots de cigarettes dans le centre-ville, la Ville d'Arlon se chargeant des mêmes opérations en dehors du centre-ville.

Les emplois créés au sein de la cellule de gestion de centre-ville d'Arlon, soit treize personnes au total, sont en grande partie subventionnés par la Région wallonne. Ce personnel travaille sur l'attrait du centre-ville dans ses aspects les plus concrets, tels que la sécurité et la propreté. Cette source de financement permet d'assurer une certaine neutralité dans les différents débats de la cellule de gestion de centre-ville. Les autres partenaires financiers sont la Ville d'Arlon qui fournit, par exemple, les différents locaux et, dans une moindre mesure, l'association des commerçants et industriels qui met à disposition sa propre revue. Grâce également à l'organisation d'événements ponctuels, certaines cellules de centre-ville en Belgique récoltent des sommes importantes qui leur permettent de s'autofinancer.

En France, les préoccupations du City Management rentrent dans les compétences des mairies et rares sont les responsables de ces dossiers qui portent le titre de City Manager. Cependant, une initiative vient amorcer le développement du City Management en France. En effet, l'Association Française du Management de Centre Ville a vu le jour en 2001. Ses missions ambitionnent d'apporter un savoir-faire en termes de:

- mobilisation et synergie des différents acteurs,
- qualification du métier de manager/coordonateur,
- organisation d'événements favorisant les échanges entre tous les acteurs,
- échanges réguliers avec les pouvoirs publics,
- mise en place d'actions de sensibilisation et de formations,
- montage de partenariats transfrontaliers,
- conception d'outils d'observation, d'analyse, de gestion et de prospection.

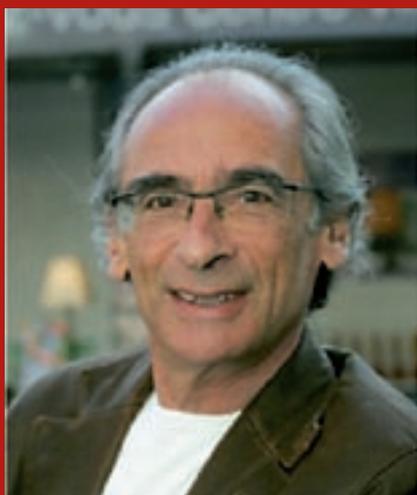


« Le financement de mon entreprise
c'est grâce à eux ! »

Pour maintenir mon entreprise performante et compétitive, je dois lui en donner les moyens : investissements en outils de bureautique performants, renouvellement régulier de l'équipement technologique et du parc roulant... des éléments essentiels qui demandent des besoins de financement conséquents. Aussi, pour des solutions fiables et adaptées, je peux toujours compter sur Dexia BIL, mon partenaire de confiance. www.dexia-bil.lu

BANQUE
Luxembourg

DEXIA



Monsieur **Jean-Pierre LEHMANN**

- Diplômé de l'Institut commercial de Nancy
- Président fondateur de la Fédération nationale des centres villes
- Président fondateur des «Vitrines de Nancy»
- Vice-président des «Vitrines d'Europe»
- Membre titulaire de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Meurthe et Moselle

«Nos ambitions au niveau économique et commercial sont d'essayer de rendre la ville la plus accueillante possible. Il s'agit de la convivialité, la propreté, la sécurité, l'aménagement d'espaces verts, la préservation du patrimoine d'architecture, le développement d'activités de loisirs et du secteur de la restauration. Il existe également une politique de service qui est prise en charge par la F.N.C.V. notamment via un kiosque d'information se situant à l'endroit le plus fréquenté de la ville de Nancy. Ce kiosque permettra, à partir du mois d'avril 2007, de diffuser de l'information sur la ville,

comme un office du tourisme « bis » et des informations très précises et très pointues sur tous les commerces, les enseignes et les marques qui se trouvent dans la ville. Ce kiosque permettra dans le futur aux clients de déposer leurs paquets afin de faire leurs courses sans être gênés, il y aura certainement un point de location de vélos, un service livraison et la vente de tickets de parking à tarif réduits après la validation auprès d'un commerçant participant à l'opération.

Nous avons toujours à apprendre des expériences des autres, chaque fois que des expériences ou des idées émergent ici ou là et qu'elles sont testées ailleurs, je ne vois pas pourquoi on irait réinventer quelque chose qui marche bien. Nous essayons de trouver des idées chez les autres comme les autres en trouvent chez nous.»



Monsieur **André NAZEYROLLAS**

Né en 1936 à Paris, marié, 4 enfants, a été promu Chevalier de la Légion d'Honneur – Ordre du Mérite. Depuis 2001, il occupe la fonction de Premier Adjoint au Maire de Metz, de Vice-Président de la Communauté d'Agglomération Metz Métropole (CA2M) et de Président de l'Agence d'Urbanisme.

«La réalisation du quartier de l'Amphithéâtre avec le Centre Pompidou-Metz sera certainement, en raison de sa position stratégique (et du TGV) un élément essentiel de développement. Ce projet et ses objectifs reposent notamment sur 3 éléments qui sont aujourd'hui au cœur de tous les projets de développement que l'on peut voir en Europe, à savoir: la qualité du projet urbain; la qualité de l'architecture; un projet culturel ambitieux. La permanence de ce dernier facteur peut surprendre: elle nous apprend qu'aujourd'hui la culture est un outil essentiel du développement.

Un autre facteur incontournable est à prendre en compte: la nécessité d'organiser nos espaces et nos projets dans la solidarité, la cohérence et la complémentarité.

Cela n'interdit nullement la compétition. Mais cela nous donnera un poids et un potentiel économiques indispensables dans le concert européen.

Si je me réfère aux études conduites par l'Insee, il est noté que dans les 15 années qui viennent l'axe Metz-Thionville-Luxembourg sera un des points forts du développement démographique et économique de la Lorraine Nord, tiré notamment par le dynamisme et les investissements du Luxembourg. La problématique du développement se pose donc dans cet espace et c'est à cette échelle et dans cette perspective que nos projets doivent être conduits.

Je crois toutefois que, de part et d'autre de cet axe majeur, deux pôles importants se développeront: l'un franco-luxembourgeois autour de Belval-Esch-sur-Alzette; le second, franco-allemand, autour de Forbach-Sarrebruck-Sarreguemines. Enfin, le sillon lorrain et la coopération entre Epinal-Nancy-Metz et Thionville doit donner à l'espace lorrain un poids significatif et nécessaire. Ce poids profitera à l'ensemble de la Grande Région. »

Cette démarche calque largement celles déjà en place dans les pays précurseurs en matière de City Management. Ainsi, la première étape consiste en la création d'une structure regroupant tous les acteurs partenaires intéressés par la démarche (ville, chambre de commerce, chambre des métiers, propriétaires, banquiers, urbanistes, office du tourisme et partenaires privés) afin de constituer un comité de pilotage. Une fois ces fondements établis, un gestionnaire est nommé ayant pour mission de mettre en place les synergies avec les différents acteurs locaux et de jouer le rôle d'interface avec le tissu local et politique. Il lui incombe également de définir et de mener les actions d'animations, de communication, ainsi que de monter des dossiers destinés à attirer des investisseurs potentiels en centre ville. La mise en place d'une équipe de «stewards urbains» vient épauler au quotidien et sur le terrain le travail du gestionnaire. Leur rôle est d'accueillir, d'informer, de sécuriser les usagers et d'assurer le lien avec les services des différents partenaires de la démarche afin d'améliorer le «confort achat» des chaland.

La Fédération Nationale des Centres Villes (F.N.C.V.) quant à elle, est directement missionnée par le Ministère des PME, du Commerce, de l'Artisanat, des Services et des Professions Libérales pour aider les villes à restructurer leur organisation et leur offre commerciale dans le cadre d'un partenariat Mairie/Chambre de Commerce/Fédération des Commerçants.

Quand il est reconnu unanimement que le City Management en Grande Région a un fort potentiel, d'aucuns observent néanmoins qu'il faudrait avant tout que les pôles locaux se positionnent d'abord et développent leur propre identité.

Il serait également important pour le futur de prendre en compte les développements majeurs au cœur de la Grande Région tels que le TGV ou encore le développement des centres de compétences universitaires. Pour la City Manager de la Ville de Luxembourg, tout ceci nécessite une coordination conséquente au niveau grand-régional, le City Manager étant la courroie de transmission des diffé-



rents inputs et énergies entre les partenaires.

Et la gestionnaire de la cellule de gestion du centre-ville d'Arlon de conclure: «Nous sommes souvent confrontés à des problématiques très locales, commerciales et politiques. Mais, en réfléchissant bien, c'est au niveau régional que s'opèrent les développements commerciaux. Chaque ville doit avoir son identité propre et pouvoir trouver sa place au sein de la Grande Région.» ■




Expo TECH

salon professionnel pour la technologie moderne au Grand-Duché de Luxembourg

19/4/2007

10-18h



LUXEXPO
EXHIBITION & CONGRESS CENTRE

www.expotech.lu

- M+R** Instrumentation de Mesure et Régulation
- FA** Factory Automation
- H/P** Hydraulique/Pneumatique
- Σnt** Entretien
- ET** Electrotechnique



Plus d'informations :

Fairtec s.a. - Ternesselei 330
BE-2160 Wommelgem
M. Dirk De Wilde

☎ +32 3 354 08 80
✉ +32 3 354 08 10
✉ expotech@fairtec.com



EXHIBITIONS WITH CHARACTER

En partenariat avec ses homologues de la Grande Région, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg organise une journée sur le City Management qui se déroulera dans ses locaux le vendredi 20 avril 2007 de 9.30 à 16.30 heures. Cette première manifestation sur le sujet vise à rassembler tous les acteurs compétents en matière de City Management.

Conférence «Le City Management en Grande Région: Comment optimiser l'attrait du centre-ville en Grande Région?»

Programme

9h30	Accueil des participants
10h00-10h10	Mot de bienvenue Michel WURTH, Président de la Chambre de Commerce de Luxembourg
10h10-10h20	Allocution d'ouverture Fernand BODEN, Ministre des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement
10h20-10h40	Luxembourg – Vers une image de marque pour la Ville de Luxembourg Géraldine KNUDSON, City Manager de la Ville de Luxembourg
10h40-11h00	Pause-café
11h00-11h20	Arlon – Médiatisation sur l'ouverture des commerces pendant midi Christelle ADANT, Gestionnaire de l'A.s.b.l. Arlon Centre-Ville
11h20-11h40	Sarrebruck – Quartier de Burbach Management des cellules vides: agir avec succès par des actions globales Regina ROSS, Manager des rues commerçantes, Entreprise de Conseil BBE S.à r.l.
11h40-12h10	Séance de questions-réponses
12h10-13h30	Déjeuner-Buffer
13h30-13h50	Trèves – Famille et culture comme image de marque pour la ville marchande de Trèves Karin KALTENKIRCHEN, Présidente de l'organisme «City-Initiative Trier »
13h50-14h10	Nancy Le Partenariat Public-Privé comme outil de dynamisation pour le centre-ville: l'exemple de Nancy Jean-Pierre LEHMANN, Co-Président de l'association nationale des Centre-villes-FNCV et Président des Vitrynes de Nancy, Elu de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Meurthe-et-Moselle
14h10-14h30	Sarrebruck – L'union fait la force: le Partenariat Public-Privé à Sarrebruck Ralf KIRCH, City Manager de la Ville de Sarrebruck
14h30-14h50	Séance de questions-réponses
14h50-15h20	Pause - Café
15h20-15h40	Metz – Le commerce dans le nouveau quartier de l'Amphithéâtre André NAZEYROLLAS, Premier Adjoint au Maire en charge de l'urbanisme à Metz
15h40-16h00	Management de la culture Le Management de la Culture: un nouveau défi pour les villes de demain Claude FRISONI, Ancien coordinateur général de «Luxembourg, Ville européenne de la Culture, 1995», Directeur du Centre culturel de Rencontre Abbaye de Neumünster
16h00-16h20	Séance de questions-réponses
16h20-16h30	Mot de clôture Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

La manifestation sera animée par Monsieur Christophe Langenbrink du Luxemburger Wort et sera traduite simultanément en allemand et en français. L'accès à la manifestation est libre mais pour des raisons d'organisation, les participants sont priés de s'inscrire au plus tard pour le mardi 17 avril 2007. Les inscriptions en ligne sont dès à présent possibles via : www.cc.lu, rubrique Agenda.

Le présent programme est communiqué à titre indicatif et reste soumis à modifications.

Pour de plus amples renseignements sur la manifestation, Madame Cécile MERENNE se tient à votre disposition – Tél.: 42 39 39-363 – E-mail: cecile.merenne@cc.lu

Assurez votre capital humain, le plus précieux de votre entreprise



advantis Votre assurance Vie Groupe

Foyer Vie, véritable partenaire de votre entreprise, vous propose sa gamme de solutions et de services pour la mise en place d'un régime complémentaire de pension. Nous construisons pour vous des solutions sur mesure adaptées à votre politique salariale et modulées au gré des besoins complémentaires d'épargne et de prévoyance de vos salariés. Avec **advantis**, votre entreprise est unique. www.advantis.lu



Äert Vertrauen a sécheren Hänn

5 février 2007

Visite officielle au Luxembourg de **Romano Prodi**, président du Conseil de la République italienne

Le 5 février, la Chambre de Commerce a eu l'honneur de recevoir le Président du Conseil de la République italienne S.E.M. Romano Prodi et ancien Président de la Commission Européenne.

Au cours de sa visite officielle au Grand-Duché, le chef du gouvernement italien a rencontré le Premier ministre Jean-Claude Juncker et d'autres membres du gouvernement luxembourgeois,



M. Romano Prodi entouré du président Michel Wurth et du directeur de la Chambre de Commerce Pierre Gramegna lors de la signature du Livre d'Or

le président de la Chambre des députés, le président de la Cour de Justice des Communautés européennes ainsi que S.A.R. le Grand-Duc.

A son arrivée à la Chambre de Commerce, Romano Prodi a été accueilli par Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce et Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce.

Romano Prodi s'est vu exposer le rôle et les missions de la Chambre de Commerce, avant de participer à une table ronde qui réunissait les principaux représentants des milieux économiques et professionnels luxembourgeois et italiens. Le secteur financier y était également représenté par 15 banques italiennes (3^e groupe au niveau luxembourgeois).



M. Romano Prodi entouré du président Michel Wurth (à dr.) et du directeur Pierre Gramegna à son arrivée à la Chambre de Commerce
(photo: F. Aussems)



M. Romano Prodi entouré du président Michel Wurth, du directeur Pierre Gramegna, de l'ambassadeur d'Italie Roberto Bettarini et du Ministre Mars Di Bartolomeo (à g.)

Malgré le programme serré du Premier ministre italien, cette Table Ronde a pu être réalisée avec la collaboration de l'Ambassade de la République italienne

au Luxembourg et la «Camera di Commercio Italo-Lussemburghese», et a permis d'apprécier le cadre des relations économiques et commerciales entre le

Luxembourg et l'Italie et de se concentrer sur certaines thématiques.

Depuis de nombreuses années, la Chambre de Commerce organise des activités promouvant les relations économiques et commerciales entre les deux pays (missions, foires, partenariats entre entreprises, journées d'information et d'opportunités d'affaires), dont une première mission économique à Milan en 2000 et une visite d'Etat en 2003. La prochaine mission économique en Italie est prévue en 2008.

Les relations commerciales placent le Luxembourg en 5^e position dans la liste des exportateurs UE vers l'Italie, avec une valeur de EUR 571 millions, alors que ses importations, à hauteur de EUR 357 millions, le placent en 8^e position (2006, chiffres provisoires, sta-

tec). Les échanges commerciaux entre les deux pays sont en constante hausse depuis 1995, avec une pointe en 2005, et concernent principalement les secteurs des machines et appareils mécaniques, métaux et produits métalliques, matières textiles, plastiques et caoutchouc.

Dans le cadre de ses échanges, l'ancien président de la Commission européenne n'a pas manqué de souligner l'importance de l'Europe, et à ce titre l'influence du Luxembourg en temps qu'Etat membre fondateur. Il a fait référence aux grandes questions qui régissent l'actualité de l'Union, notamment le Traité constitutionnel – l'Italie a été le premier Etat membre à le ratifier en avril 2005 – et le 50^e anniversaire du Traité de Rome (25 mars 1957) et sa

célébration des valeurs communes, mais également la coordination des politiques économiques nationales dans le cadre de la Stratégie de Lisbonne pour la croissance et l'emploi et le Pacte de Stabilité et de Croissance.

Les discussions ont ensuite porté sur l'actualité de la place financière, entre autres sur la révision du Traité contre la Double imposition entre les deux pays, sur certaines réglementations nationales et européennes, sur la fiscalité, sur la circulation des capitaux et les systèmes de supervision. Enfin, les participants se sont interrogés sur la compétitivité des entreprises européennes sur le marché mondial au regard des barrières commerciales et de la réglementation des transports en vigueur. ■

Business initiative a.s.b.l.

Réflexions sur le rôle du coaching interrégional et le soutien aux créateurs d'entreprises

Une trentaine de coaches du réseau interrégional 1, 2, 3, GO a pris part à un workshop organisé récemment par Business Initiative a.s.b.l. à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Trèves. L'objectif de ce workshop était de travailler sur une définition commune du rôle du coach (droits et devoirs, limites et possibilités) dans le cadre du conseil apporté aux porteurs de projet participant à 1, 2, 3, GO, et également d'engager des pistes de réflexion d'évolution à moyen terme afin de contribuer à l'amélioration des services offerts par l'association.

Avant de parler «coaching», il s'agissait d'abord de s'accorder sur une définition générale du rôle du coach. Un coach est perçu tantôt comme un «psychologue des temps modernes», tantôt comme un conseiller privé, un formateur en ressources humaines ou encore un manager. Les termes qui définissent le coach abondent, insistant tous cependant sur son action bienfaitrice. On peut ainsi dire que le coach a pour rôle d'entraîner, de développer les qualités et compétences d'une personne afin qu'elle atteigne son «maximum» personnel. La force du coach est d'apporter un regard neutre avec un recul par rapport à l'idée et à la stratégie de lancement, à l'inverse du créateur qui a plutôt «le nez dans le guidon».

Bien souvent, un créateur d'entreprise ne dispose pas de toutes les qualifications pour le développement d'une startup. L'avantage d'un réseau de la taille et de la variété de celui de 1, 2, 3, GO (280 coaches issus de la Grande Région dans près d'une vingtaine de domaines d'activité différents) est justement de lui apporter le conseil de plusieurs experts issus des secteurs d'activité dans lesquels il a besoin d'aide.

La discussion a montré que le coach n'est pas là pour se substituer au créateur ou combler un manque de compétence dans son équipe: tout créateur doit bien évidemment puiser en lui la volonté de réussir et avoir un sens entrepreneurial indéniable. Le coach va plutôt mettre le doigt sur des déficits éventuels et l'aider à les pallier. Il peut également le mettre en contact avec d'autres personnes en mesure de le guider sur des questions bien précises.

Un autre point de la réflexion qui a suscité une discussion très riche a mis en avant les avantages et les inconvénients de l'interrégionalité. Malgré des législations différentes, des problèmes linguistiques et culturels et des difficultés liées aux distances, il s'agit avant tout d'une région qui développe des projets communs et poursuit des objectifs communs. Le rôle fédérateur de Business Initiative qui est de ras-



Robert Dennewald, Président de Business Initiative a.s.b.l., lors du discours de bienvenue

sembler tous les partenaires, qu'ils soient situés au Luxembourg, dans la Sarre, à Trèves, en Lorraine ou en Belgique francophone, prend là toute sa dimension. Robert Dennewald, Président de Business Initiative, a souligné cet aspect et a décrit le succès grandissant du réseau interrégional. En effet, d'année en année, le nombre et la qualité des projets déposés ne cessent de croître. Le bilan particulièrement révélateur du succès de 1, 2, 3, GO fait état de 159 sociétés pour 844 emplois créés dans la Grande Région, totalisant un chiffre d'affaires de 48 millions d'euros depuis les débuts de l'association en 2001. Enfin, 75 % des sociétés créées franchissent la barre des 3 ans, contre 50 % selon les statistiques générales. ■



Certification électronique

LuxTrust S. A. et la Chambre de Commerce: un partenariat gagnant

L'autorité de certification électronique LuxTrust S. A. lance **la commercialisation de ses certificats SSL/TLS** et **Objet** au courant du mois de mars 2007. La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg assurera le rôle d'autorité d'enregistrement en assurant la parfaite transition entre les certificats Globalsign qu'elle offrait, depuis plusieurs années déjà, et les certificats électroniques émis par LuxTrust S. A. (cf. dépliant ci-joint)

L'autorité de certification électronique LuxTrust S. A. lancera en mars 2007 la commercialisation de ses «certificats SSL/TLS» (Secure Socket Layer/Transport Layer Security)

et ses «certificats Objet», permettant d'identifier et de sécuriser des serveurs et des applications en ligne.

Constituée en novembre 2005, LuxTrust S. A. est le prestataire de services

de certification électronique au Luxembourg créé par le gouvernement luxembourgeois et plusieurs acteurs majeurs du secteur privé (dont, entre autres, la Chambre des Commerce). LuxTrust S.A.

développe et gère une infrastructure à clé publique qui couvre les besoins de l'ensemble de l'économie luxembourgeoise et du secteur public.

Les certificats électroniques émis par LuxTrust S. A. garantissent, d'un côté, l'authentification électronique de personnes et d'applications en ligne et, d'un autre côté, des communications et des transactions électroniques sûres et fiables. Ils permettent, par ailleurs, l'utilisation d'une signature électronique à valeur légale, ceci dans un environnement international dans lequel la vérification de la conformité des échanges représente une priorité incontournable. En effet, les risques d'usurpation d'identité, de phishing (technique utilisée par des fraudeurs pour obtenir des renseignements personnels des utilisateurs), de détournements et de modifications de documents, rendent la question de la sécurisation des échanges électroniques primordiale. Dans ce contexte, le rôle de « tiers de confiance » joué par LuxTrust S. A. prend toute son importance.

■ Transition garantie

La distribution des certificats serveurs SSL/TLS et des certificats Objet de LuxTrust S.A., est assurée par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg qui joue ainsi, le rôle d'autorité d'enregistrement (RA: Registration authority) pour le compte de LuxTrust S. A.

La Chambre de Commerce continue de la sorte à fournir ces services, qu'elle offre déjà depuis plusieurs années à ses clients sur le marché luxembourgeois pour garantir un environnement sécurisé dans le cadre des échanges électroniques. Ce service était jusqu'à présent offert à travers un partenariat avec la société Globalsign.

Au cours des mois à venir, les certificats Globalsign distribués actuellement par la Chambre de Commerce seront remplacés au fur et à mesure par les certificats LuxTrust. Les certificats individuels, destinés aux personnes physiques, suivront avant la fin du premier semestre 2007.

Pour les clients de la Chambre de Commerce qui utilisent encore des certificats Globalsign, la Chambre de Commerce garantit une transition fluide et homogène vers les produits et services de LuxTrust S. A. Concrètement cela signifie que les certificats Globalsign garderont leur validité jusqu'à leur expiration et qu'ils seront ensuite remplacés, en cas de renouvellement, par des certificats émis par LuxTrust S. A. Les clients verront s'offrir une palette de produits élargie avec des certificats LuxTrust d'une validité de 1, 3 ou 5 ans.

A travers ce partenariat avec la Chambre de Commerce, la société LuxTrust S.A. profite pleinement de l'expérience, de la notoriété et de l'excellente réputation de la Chambre de Commerce en tant que prestataire de services de certification (PSC), ceci au plein bénéfice des clients de LuxTrust S. A. Alors que LuxTrust S.A. assure l'émission et la qualité des certificats électroniques, la Chambre de Commerce conseille et assiste les clients en matière de commerce électronique sécurisé, vérifie les données relatives à l'établissement d'un certificat électronique et assure un service confidentiel et professionnel.

■ Reconnaissance internationale des certificats de LuxTrust S.A.

LuxTrust S. A. a choisi de combiner ses propres procédures de certification à la certification Omniroot de Cyber-

trust, le leader mondial de la sécurité informatique.

La certification Omniroot de Cybertrust englobe le GTE Cybertrust Global Root de même que le GlobalSign Root.

Avec la certification Omniroot de Cybertrust en plus de la certification LuxTrust, la valeur des certificats émis par LuxTrust S. A. et la sécurité garantie par les procédures de certification LuxTrust sont reconnues automatiquement par plus de 99 % des navigateurs Internet dans le monde, ainsi que des serveurs, clients-mail, téléphones, ordinateurs portables et systèmes d'exploitation, les plus utilisés au monde.

■ Comment obtenir les certificats LuxTrust?

Pour obtenir des « certificats serveurs SSL » ou des « certificats Objet », vous pouvez passer commande en ligne en vous connectant à <http://orders.luxtrust.lu> ou bien en contactant le

• Service Espace Entreprises de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

7, rue Alcide de Gasperi
L-1615 Luxembourg-Kirchberg

Tél.: (+352) 42 39 39-341
Fax: (+352) 43 83 26
E-mail: luxtrust@cc.lu

Adresse Postale: Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Service Espace Entreprises
L-2981 Luxembourg

Pour de plus amples informations: <http://www.luxtrust.lu/www.cc.lu>. ■

Types de certificats disponibles en mars 2007 et tarification

Les certificats Serveurs SSL LuxTrust – tarifs:

Les certificats SSL garantissent l'identité d'un serveur et permettent des échanges électroniques authentifiés et confidentiels.

- Certificat SSL, valide un an: 175 € (HTVA, 15 %)
- Certificat SSL, valide trois ans: 430 € (HTVA, 15 %)
- Certificat SSL, valide cinq ans: 590 € (HTVA, 15 %)

Les certificats Objet LuxTrust – tarifs:

Les certificats Objet signent des logiciels ou applications et authentifient leur origine et leur intégrité.

- Certificat Objet, valide un an: 175 € (HTVA, 15 %)
- Certificat Objet, valide trois ans: 430 € (HTVA, 15 %)
- Certificat Objet, valide cinq ans: 590 € (HTVA, 15 %)

Infrastructure à clé publique: définition

LuxTrust S. A. est chargée de la mise en place d'une infrastructure à clé publique.

On appelle PKI (Public Key Infrastructure) ou en français ICP (infrastructure à clé publique), l'ensemble des solutions techniques basées sur la cryptographie à clé publique. Il s'agit d'un système de cryptage à deux clés asynchrones. Une clé privée, pour crypter les messages, l'autre, publique, pour les décrypter. Les crypto-systèmes à clés publiques permettent de s'affranchir de la nécessité d'avoir recours systématiquement à un canal sécurisé pour s'échanger les clés. La publication de la clé publique à grande échelle se fait en toute confiance pour assurer que la clé publique est bien celle de son propriétaire, que le propriétaire de la clé est digne de confiance et que la clé est toujours valide.

Ainsi, il est nécessaire d'associer les deux clés à un certificat délivré par un tiers de confiance: l'infrastructure de gestion de clés, en l'occurrence LuxTrust S. A.

Le rôle de l'infrastructure à clés publiques est multiple et couvre notamment l'enregistrement des demandes de clés en vérifiant l'identité des demandeurs. Elle génère également les paires de clés (clé privée/clé publique). De plus, elle garantit la confidentialité des clés privées correspondant aux clés publiques. Enfin, elle certifie l'association entre chaque utilisateur et sa clé publique et a la possibilité de révoquer des clés, par exemple, en cas de perte par son propriétaire ou d'expiration de sa date de validité.

Les avantages:

- La **confidentialité**: seul le destinataire d'un message peut effectivement le lire.
- L'**intégrité des données**: un fichier ne peut pas être modifié sans que la modification ne soit détectée.
- L'**authentification**: il est possible de vérifier que les participants à une transaction électronique sont réellement ceux qu'ils prétendent être.
- La **non-répudiation**: l'émetteur des données ne pourra pas nier être à l'origine du message.
- Une signature qui a une **valeur légale**.

Les certificats serveurs SSL

Les certificats SSL servent à sécuriser les échanges électroniques (sécurisation des transactions sur les sites de e-commerce, sécurisation des intranet et extranet, etc.).

Ils permettent:

- d'authentifier les serveurs web vis-à-vis des tiers,
- de protéger les échanges d'informations sensibles,
- de garantir la confidentialité et l'intégrité des données échangées entre un serveur et celui qui s'y connecte.

Les certificats Objet:

Les certificats Objet donnent la possibilité à des développeurs et créateurs de logiciels et d'applications de signer électroniquement leurs produits pour certifier à un tiers, lors de leur distribution par le biais d'Internet, l'origine et l'intégrité des codes qu'il souhaite utiliser.



Nouveau Citroën Jumpy

Séduisant et efficace comme votre entreprise.



- Volume utile de 5 à 7m³ • Charge utile de 1000 ou 1200 kg • 2 longueurs de chargement • 2 hauteurs utiles • 3 motorisations HDi Euro 4 • Suspension arrière pneumatique ajustable

NOUVEAU CITROËN JUMPY

à pd **12.900€** HTVA⁽¹⁾

Les Super Offres de mars.

BERLINGO à pd **6.980€** HTVA⁽¹⁾

- Volume utile de 3m³ • Charge utile de 600 kg ou 800 kg • Direction assistée de série



JUMPER à pd **13.900€** HTVA⁽¹⁾

- Volume utile de 8 à 17m³ • Masse maximum autorisée jusqu'à 4 tonnes • 3 hauteurs utiles • 4 longueurs de chargement • 3 motorisations HDi Euro 4



(1) Prix HTVA (hors frais d'immatriculation et de contrôle technique) au 01/03/2007 du Citroën Berlingo 1.4i 600 kg, du Citroën Jumpy fourgon tôlé L1H1 1.6 HDi 16v 90 (1.000 kg) et du Citroën Jumper Easy One 30 L1H1 2.2 HDi 100, toutes promotions déduites y compris la prime de recyclage⁽²⁾. Ces prix concernent des véhicules d'entrée de gamme et ne correspondent pas nécessairement aux véhicules illustrés. Offres sous conditions réservées aux sociétés, valables pour tous les véhicules utilitaires Citroën neufs commandés en mars 2007 dans les points de vente Citroën participants et dans la limite des stocks disponibles. Offres non cumulables avec les autres promotions en cours. (2) Nous reprenons votre ancien véhicule hors d'usage pour 700 € HTVA à l'achat d'un nouvel utilitaire Citroën Berlingo et pour 900 € HTVA à l'achat d'un nouvel utilitaire Jumpy ou Jumper. Le véhicule doit être complet et immatriculé depuis au moins 6 mois au nom du dernier propriétaire. Le nom du propriétaire du nouveau véhicule doit correspondre au nom du dernier propriétaire du véhicule hors d'usage. Plus d'informations? Contactez votre point de vente Citroën.



CALENDRIER 2007

Mars

- 11-15** Stand collectif au salon Horecatel, Marche-en-Famenne, Belgique
- 13-16** Stand collectif au salon MIPIM à Cannes, France
- 15-21** Visite accompagnée à la foire CeBit à Hanovre, Allemagne
- 20-23** Mission multisectorielle et secteur financier en Egypte, Le Caire
- 20-23** Visite d'Etat de SAR le Grand-Duc en Belgique
- 22** Visite accompagnée de la Cairo Fair 2007 au Caire, Egypte
- 22** Salon de coopération Salon à l'Envers à Thionville, France
- 27-29** Stand collectif au salon Eco-Industries/Proceed à Metz, France

Avril

- 16-18** Visite d'Etat de LLAARR le Roi et la Reine d'Espagne au Grand-Duché de Luxembourg
- 16-19** Mission multisectorielle et secteur financier au Taiwan et à Hong Kong
- 16-20** b2fair Matchmaking Event à la Hannover Messe, Allemagne
- 22-28** Mission multisectorielle et secteur financier en Inde, New Delhi, Bangalore et Hyderabad

Mai

- 24** Visite de S.E.M. Poutine, Président de la Fédération de Russie, à la Chambre de Commerce

Juin

- 4-6** Mission multisectorielle et secteur financier en Europe de l'Est, à Varsovie, Prague et Budapest
- 6-8** Salon de coopération Futurallia à Poitiers, France
- 12-15** Visite accompagnée de la foire Transport Logistic à Munich, Allemagne
- 18-19** Visite accompagnée au salon SIAE à Paris, France
- 19** Séminaire sur la Slovaquie
- ou 20**
- 27** Forum de l'internationalisation (workshops, marchés publics, fiscalité, partenariat entre entreprises, propriété intellectuelle)

16 janvier 2007

Visite des futurs diplomates à la Chambre de Commerce



Le 16 janvier 2007 la Chambre de Commerce a accueilli dans ses locaux une trentaine de futurs diplomates belges. Cette rencontre, qui fait partie intégrante de leur formation, avait pour but d'informer les futurs diplomates sur le Grand-Duché de Luxembourg, son économie et sur la Chambre de Commerce.

Lorsque le Grand-Duché de Luxembourg n'est pas directement représenté dans un pays, ses intérêts commerciaux et consulaires y sont défendus par la Belgique par le biais de ses services diplomatiques et des instances régionales belges de commerce extérieur.

Ainsi, il est très important que le Grand-Duché de Luxembourg fasse partie de la formation des futurs diplomates belges.

Lors de leur visite à la Chambre de Commerce, Monsieur Paul Emering, Secrétaire Général, a présenté la Chambre de Commerce et les services qu'elle offre aux entreprises luxembourgeoises et étrangères. Ensuite, Monsieur Carlo Thelen, Membre du Comité de Direction, a réalisé un exposé sur l'économie luxembourgeoise en touchant son histoire, les tendances actuelles et les prévisions futures. La séance a été clôturée par une session «Questions-Réponses». ■

9 février 2007

Forum ukrainien le 9 février 2007 à la Chambre de Commerce



Le 9 février dernier, la Chambre de Commerce a accueilli une délégation ukrainienne composée d'hommes d'affaires et de représentants de chambres de commerce et d'industrie ukrainiennes dans le cadre d'un Forum Economique «Luxembourg – Ukraine». Ce Forum a été organisé en étroite collaboration avec le Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur et la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Ukraine.

Le Forum Economique «Luxembourg-Ukraine» s'est déroulé en pré-

sence de SEM le Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur Jeannot Krecké et d'hommes d'affaires ukrainiens, et avait pour objectif d'approfondir la connaissance de l'environnement économique actuel en Ukraine et de stimuler les relations commerciales entre les entreprises luxembourgeoises et ukrainiennes. En 2005, les exportations du Luxembourg à destination de l'Ukraine ont atteint une valeur de EUR 21 millions et ses importations EUR 19 millions (2005, chiffres provisoires, statec). Les échanges commerciaux entre les deux pays sont en constante augmentation depuis 1999 et concernent principalement les secteurs des machines et appareils mécaniques, des métaux, du matériel de transport, du bois et du liège.

Deuxième pays d'Europe de par sa taille, l'Ukraine offre des opportunités encore peu exploitées, notamment au niveau de l'industrie chimique, du matériel et de l'équipement mécanique. Son économie repose sur les secteurs de la construction de machinerie lourde, la métallurgie et les industries de l'aérospatiale. La rénovation actuelle de l'outil industriel dans ce pays fortement industrialisé offre également des oppor-

MESSEN UND AUSSTELLUNGEN

Im März/April 2007

11. – 15.3.2007

HORECATEL

Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie u. Gemeinschaftsverpflegung
Marche-en-Famenne (BE)
Tel.: 003284 340 800

13. – 17.3.2007

SAIEDUE

Internationale Fachmesse für Bauzubehör und Innenausbau
Bologna (IT)
Tel.: 0039 02 290 17 144

13. – 16.3.2007

MIPIM

Internationaler Immobilienmarkt
Cannes (FR)
Tel.: 0033 1 41 90 44 00

13. – 17.3.2007

BULGARIA BUILDING WEEK

Internationale Fachmesse für Bau und Innenausbau
Sofia (BG)
Tel.: 00359 2 96 55 220

14. – 17.3.2007

SEGUREX

Fachmesse für Sicherheitstechnik
Lissabon (PT)
Tel.: 00351 21 892 15 00

15. – 21.3.2007

CEBIT

Internationale Messe für Informationstechnik und Telekommunikation
Hannover (DE)
Tel.: 0049 511 890

15. – 18.3.2007

MICAM

Fachmesse für die Schuhmode
Mailand (IT)
Tel.: 0039 02 43 82 91

18. – 21.3.2007

IFE

Internationale Fachmesse für Nahrungsmittel und Getränke
London (GB)
Tel.: 0044 20 78 86 31 00

18. – 20.3.2007

PRO WEIN

Internationale Fachmesse für Weine und Spirituosen
Düsseldorf (DE)
Tel.: 0049 211 45 60 01

22. – 25.3.2007

TUR

Internationale Touristikmesse
Göteborg (SE)
Tel.: 0046 31 70 88 000

23. – 28.3.2007

LIVRE

Buchmesse
Paris (FR)
Tel.: 0033 1 47 56 50 00

23. – 26.3.2007

FRANCHISE EXPO PARIS - SIF
Internationale Franchising Messe
Paris (FR)
Tel.: 0033 1 47 56 50 00

27. – 29.3.2007

POWTECH
Internationale Fachmesse
für Verfahrenstechnik
Nürnberg (DE)
Tel.: 0049 911 86 060

28. – 29.3.2007

FRANCHISING & PARTNERSHIP 2007
Salon de la Franchise et
des Réseaux commerciaux
Tour & Taxis, Bruxelles (BE)
Tel.: 0032 2 354 93 81
E-Mail ms@enjeu.be

28. – 31.3.2007

VINARIA
Internationale Weinmesse
Plovdiv (BG)
Tel.: 00359 32 903 146

28. – 31.3.2007

MARBLE
Internationale Fachmesse für Marmor
Izmir (TR)
Tel.: 0090 232 48 21 270

29.3. – 2.4.2007

VINITALY
Messe für Wein und Destillate
u. Speiseölherstellung
Verona (IT)
Tel.: 0039 045 82 98 111

30.3. – 1.4.2007

MODACALZADO
Fachmesse für Schuhe und Lederbekleidung
Madrid (ES)
Tel.: 0034 91 72 23 000

3. – 6.4.2007

MOSBUILD
Internationale Fachmesse
für Bau und Innenausbau
Moskau (RUS)
Tel.: 0044 20 75 96 50 00

4. – 6.4.2007

CHINA REFRIGERATION EXPO
Internationale Fachmesse für Kühltechnik,
Verpackungs- und Lagertechnik
Kanton (CN)
Tel.: 0086 10 68 71 57 23

11. – 13.4.2007

FINETECH
Internationale Fachmesse
für Präzisionsverfahrenstechnik
Tokyo (JP)
Tel.: 0081 3 33 49 85 02

11. – 16.4.2007

FERIA DEL MUEBLE
Internationale Möbelmesse
Madrid (ES)
Tel.: 0034 91 72 23 000

14. – 22.4.2007

INTERNATIONALE SAARMESSE/GASTROTECH
Konsumgütermesse
und Gastronomiemesse
Saarbrücken (DE)
Tel.: 0049 681 95 40 20

tunités dans les domaines de l'énergie et de l'environnement grâce à de vastes ressources naturelles. L'Ukraine compte actuellement 56 entreprises actives avec une participation de capitaux luxembourgeois.

Ce séminaire a été l'occasion, par le biais de présentations ayant trait à l'économie du pays ou encore de témoignages d'acteurs économiques et politiques, de présenter et d'offrir aux entreprises luxembourgeoises une plateforme de contacts potentiels nécessaires au développement des relations économiques bilatérales entre les deux pays. A ce titre plusieurs rendez-vous d'affaires ont été organisés par l'Euro Info Centre de la Chambre de Commerce entre des entreprises des deux pays.

Ayant des relations historiquement soutenues avec la Russie, le pays se

tourne désormais vers ses voisins occidentaux, et affiche une volonté marquée de se rapprocher de l'Union européenne. L'Ukraine poursuit actuellement ses efforts dans la réforme de son cadre législatif, fiscal et douanier afin de promouvoir les investissements étrangers et faciliter l'accès aux marchés pour les entreprises luxembourgeoises. A noter que le premier Sommet Union européenne-Ukraine a eu lieu pendant la Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union européenne en 2005 et que 2007 verra le 15^e anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre le Luxembourg et l'Ukraine. Il y a également lieu de mentionner les remerciements de la délégation ukrainienne envers l'action de la Croix Rouge luxembourgeoise pour les enfants cardiaques en Ukraine. ■

La Chambre de Commerce organisera, sous la coordination de l'AWEX, une mission économique en Ukraine pendant la semaine du 15 octobre 2007. Les destinations seront Kiev et Dniepropetrovsk. Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Mme SAGRAMOLA/M. Niels DICKENS au (+352) 42 39 39-334/371 ou par email eic@cc.lu.

16 au 19 mars 2007

Salon de la Maison et de l'Habitat – Parc des expositions de Metz Métropole

La Chambre des Métiers et de l'Artisanat de la Moselle participe à la 6^e semaine de l'Artisanat en Moselle du 16 au 24 mars 2007 et organisera à cette occasion un espace dédié aux recherches de professionnels de l'aménagement-décoration de la maison dans le cadre du Salon de la Maison et de l'Habitat qui se déroulera du 16 au 19 mars 2007. Cet espace, situé dans le Hall 1 du Parc des expositions de Metz Métropole, hébergera 80 artisans d'art et créateurs lorrains qui proposeront des produits ou des savoir-faire régionaux

en matière de création, restauration et mise en valeur du patrimoine.

La Chambre des Métiers et de l'Artisanat de la Moselle propose:

- un pré-enregistrement pour recevoir une invitation gratuite au Salon de la Maison et de l'Habitat
- à l'arrivée, une recherche ciblée des exposants
- la mise en relation avec des représentants professionnels des entreprises du secteur de la tapisserie-décoration, de l'ébénisterie/menuiserie et de la taille de pierre. ■

Vous trouverez des informations sur le salon de la Maison et de l'Habitat, la liste des exposants et leurs activités sur la rubrique «infos» et «actualités» du site web de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de la Moselle (www.cm-moselle.fr). Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter Mme Patricia MOINARD – Conseiller entreprise Tél.: +33 (0)3 87 39 31 68 – E-mail: pmoinard@cm-moselle.fr

18 avril 2007

Visite d'Etat de sa Majesté le Roi d'Espagne à la Chambre de Commerce

Le 18 avril prochain, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg a l'honneur de recevoir sa Majesté le Roi d'Espagne accompagné d'une délégation officielle espagnole.

En présence de S. A. R. le Grand-Duc Henri et S. E. M. le Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur du

Grand-Duché de Luxembourg Jeannot Krecké, un séminaire économique Espagne-Luxembourg sera organisé afin de stimuler des contacts entre les entreprises espagnoles et luxembourgeoises.

Le séminaire économique débutera à 9.30 heures et sera suivi d'un apéritif et d'un networking lunch vers 12.15 heures. ■

Pour de plus amples renseignements, le Département International, Affaires Européennes, se tient à votre entière disposition
Tél.: 42 39 39-372/360 – E-mail: europe@cc.lu

18 avril 2007

La biotechnologie, secteur stratégique pour l'Espagne

Dans le cadre de la visite d'Etat que vont effectuer leurs Majestés le Roi et la Reine d'Espagne au Grand Duché de Luxembourg, le 18 avril prochain, un séminaire sur la biotechnologie en Espagne aura lieu au siège de la Chambre de Commerce de Luxembourg. Ce séminaire aura pour but de mieux faire connaître ce secteur important en Espagne, qui emploie plus de 2.500 personnes hautement qualifiées (dont plus de 500 docteurs) et qui a comptabilisé en 2006 plus de 450 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ce séminaire visera aussi à attirer l'attention des fonds d'investissements présents au Luxembourg.

L'importance stratégique de la biotechnologie pour une économie basée sur la connaissance est globalement reconnue depuis des années. En Europe, son développement est l'un des deux axes clefs en vue de l'accomplissement des objectifs de Lisbonne, avec les technologies de l'information et des télécommunications.

Le secteur biotechnologique espagnol a connu un essor important au cours des cinq dernières années : sur cette période,

plus d'une centaine d'entreprises ont été créées, reposant sur un système public de R&D qui produit 4 % de la recherche mondiale en biotechnologie. Selon les dernières estimations, on dénombre plus de 600 firmes espagnoles qui emploient la biotechnologie sous diverses formes, pour innover dans leurs produits, leurs services ou leurs processus.

Concernant la répartition par secteurs, la biotechnologie sanitaire ou biotechnologie rouge, avec ses deux versants «thérapie» et «diagnostic», représente plus de 50 % du secteur, suivie des applications agro-alimentaires, aussi appelées biotechnologie verte (environ 20 %). Le reste est réparti entre la biotechnologie industrielle (blanche) qui compte pour 5,7 %, et les plates-formes technologiques d'application qu'offrent de nombreuses entreprises dans divers secteurs tels que la génétique ou le génie protéique (23,6 %).

Parmi les secteurs offrant un large potentiel de croissance, il faut retenir les biocombustibles, le diagnostic médical ou encore la thérapie cellulaire. En outre, un bon nombre de compagnies occupent

16. – 20.4.2007

HANNOVER MESSE
Weltmesse für die Industrie
Hannover (DE)
Tel.: 0049 511 890

17. – 21.4.2007

SOLUTRANS
Messe für Fahrzeugbau
und Logistik
Lyon (FR)
Tel.: 0033 1 49 09 60 00

18. – 23.4.2007

SALONE DEL MOBILE
Internationale Möbelmesse
Mailand (DE)
Tel.: 0039 02 72 59 41

18. – 20.4.2007

RESALE
Internationale Messe
für gebrauchte Maschinen und Anlagen
Karlsruhe (DE)
Tel.: 0049 721 37 20 0

19. – 22.4.2007

AUTOMECHANIKA
Internationale Messe
für Automobilersatzteile und -zubehör
Istanbul (TR)
Tel.: 0090 212 24 96 501

19. – 22.4.2007

TURISME
Internationale Touristikmesse
Barcelona (ES)
Tel.: 0034 902 23 32 00

23. – 29.4.2007

BAUMA
Internationale Fachmesse
für Bautechnik und Baumaschinen
München (DE)
Tel.: 0049 89 949 20720

24. – 26.4.2007

INTERSELECTION
Internationale Modemesse
Paris (FR)
Tel.: 0033 1 47 56 32 32

24. – 26.4.2007

SMT/HABRID/PACKAGING
Internationale Fachmesse
für Systemintegration
und Mikroelektronik
Nürnberg (DE)
Tel.: 0049 711 61 94 60

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.

le créneau des médicaments biotechnologiques, dans des secteurs tels que la cancérologie, les maladies auto-immunes ou la maladie d'Alzheimer.

Par ailleurs, on effectue en Espagne, depuis plus de neuf ans, des ensemencements commerciaux de maïs transgénique protégé contre les pestes des forêts; bien

que la surface cultivée ne représente pas même un millième de celle cultivée dans d'autres pays, l'Espagne est leader dans l'Union Européenne tant en matière de surface cultivée que probablement en termes d'essais contrôlés.

Enfin, la majorité des compagnies biotechnologiques espagnoles font par-

tie d'ASEBIO, l'Association Espagnole de Bio entreprises qui, depuis 1999, agit comme plate-forme de rencontre et de défense des intérêts du secteur. Pour plus d'informations www.asebio.com.

*Communiqué par Jorge Barrero,
Secrétaire Général d'ASEBIO* ■

19 avril 2007

ExpoTECH - Salon professionnel pour la technologie industrielle au Grand-Duché de Luxembourg

Le 19 avril prochain se déroulera ExpoTECH, le salon professionnel pour la technologie moderne à Luxexpo à Luxembourg.

ExpoTECH propose un choix complet de produits et de services destinés aux industries du traitement et de la transformation.

Cette édition biennale du salon de la technologie industrielle attire des

exposants tant habitués que nouveaux et les deux précédentes éditions ont accueilli environ 600 visiteurs en 2003 et 2005.

ExpoTECH regroupe les secteurs des instruments de mesure et régulation, factory automation, hydraulique, pneumatique, entretien et électrotechnique ainsi que ceux de la chimie et des matières plastiques, en pleine expansion.

Le marché luxembourgeois suit les tendances européennes caractérisées par une spécialisation poussée alliée à une offre intégrée de produits et de services.

La production, mais aussi le transport et la consommation d'énergie font partie de l'offre. Une partie importante du programme est consacrée à la protection tant des machines que de l'environnement. ■

**Vous trouverez des informations détaillées sur le salon ExpoTECH sur le site web suivant: www.expotech.lu.
Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter M. Dirk De WILDE/M. Steven DUYSCHAEVER
Tél.: +32 (0)3 354 08 80 – E-mail: expotech@fairtec.com**

19th to 21st of April 2007

Economic Mission to Taiwan



On the occasion of the inauguration of the Joint Business Committee Luxembourg-Taiwan headed by Theodore M. H. Huang, Chairman of the Board of Teco Group and Mr Marc Solvi, Director

General of Paul Wurth S.A., the Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg, in close cooperation with the Luxembourg Bankers' Association and the Association of the Luxembourg Fund Industry, will organize from the 19th to 21st of April 2007.

Formerly a producer of textiles, toys and other manufactured goods with low added value, Taiwan became in less than fifteen years the largest world producer in electronics and IT products. Today, 75 % of the laptops and 80 % of the scanners sold throughout the world are produced in Taiwan. Luxembourg is the first port of entry for Taiwanese exports to Europe, half of

the Taiwanese goods air freighted to Europe pass through Luxembourg.

The goal of the economic mission is two-fold: first of all, to promote Luxembourg as a logistics hub and secondly, to promote the assets of the Luxembourg financial center. Indeed, Taiwanese companies are in search of new financial structures abroad. A seminar on logistics and on finance will be organized in Taipei on the 20th of April 2007. The financial seminar will consist of general presentations of the Luxembourg Financial Centre and more specific presentations on investment funds and new products and wealth management, followed by a reception. ■

**Interested companies are kindly requested to contact
Mrs Edith STEIN – Tel.: 42 39 39-312 – E-mail: edith.stein@cc.lu**

“If A is success in life,
then A equals
x plus y plus z.
Work is x;
y is play;
and z is keeping your
mouth shut.”

Albert Einstein
Genius 1879 - 1955

Lancé au printemps 2000, le magazine paperJam s'est taillé une place à part dans l'univers économique et financier du Luxembourg et de la Grande Région.

La qualité des analyses, la finesse des portraits de ceux qui font et défont l'actualité de la Place, le regard éclairé des photographes et l'esthétique inégalée de la mise en page en font le premier mensuel économique du pays.

Riche de 200 pages, ce média bilingue français et anglais, diffusé à 20.000 exemplaires, démontre, au fil de ses 10 parutions annuelles, une indépendance incontestée.

Be ready for success.

paperJam^{»»}



THE BED office in New York

Luxembourg Board of Economic Development

The Trade and Investment Offices of the BED in New York and San Francisco

The Luxembourg Chamber of Commerce will over the next few months introduce the various **Board of Economic Development (BED)** offices around the world. In this issue we start with the BED offices in the United States. In the following months we will present the offices in Japan, Korea, United Arab Emirates, China and India.

■ The Luxembourg Board of Economic Development, Trade and Investment Office, New York

The Luxembourg Board of Economic Development has been represented in New York – with a short interruption – since 1959 when the “Luxembourg Board of Industrial Development” commenced operations in the city. In 1975,

the name was changed to the “Luxembourg Board of Economic Development.”

The offices in New York are located at the Luxembourg House on 17 Beekman Place. This five-story town house was designed for James Forrestal, former Secretary of Defense, in 1929. It became the home of the great American composer and song writer Irving Berlin

from 1947 until his death in 1989. In 1990 the brownstone was acquired by the Luxembourg Government, and subsequently renovated to house the Permanent Mission of Luxembourg to the United Nations, the Luxembourg Consulate General, the Luxembourg Board of Economic Development and the Luxembourg Tourist Office. The Luxembourg House was officially opened by



Georges Faber,
Director of the BED office in New York



Robert Biwer,
Director of the BED office in San Francisco

His Royal Highness Crown Prince Henri in 1993 in the presence of His Excellency Mr. Jacques F. Poos, Luxembourg's Minister of Foreign Affairs.

■ **The Luxembourg Board of Economic Development, Trade and Investment Office, San Francisco**

The offices of the Luxembourg Board of Economic Development in San Francisco are also co-located with the Consulate General of the Grand Duchy of Luxembourg. The San Francisco offices were officially opened in September 1986 by His Royal Highness Crown Prince Henri in the presence of His Excellency Mr. Jacques F. Poos, Luxembourg's Minister of Foreign Affairs. The offices are located in the former Citigroup building on the corner of Sansome and Sutter streets in the heart of San Francisco's financial district.

■ **Mission**

The Luxembourg Board of Economic Development (BED), Trade and Investment Office, New York, covers the Eastern part of the United States (27 States) and the 6 eastern provinces of Canada¹. The Luxembourg Board of Economic Development, Trade and Investment Office, San Francisco, covers the Western part of the United States

(23 States) and the six western provinces of Canada². Like all other offices throughout the world, the Trade and Investment Offices in New York and San Francisco report to the BED head office based in Luxembourg at the Ministry of the Economy and Foreign Trade (www.bed.public.lu). The US offices work in close coordination with Luxembourg's Embassy in Washington.

The Executive Directors of the Luxembourg Board of Economic Development's Trade and Investment Offices in both New York and San Francisco also serve as the Consuls General of Luxembourg in these two cities. Whereas the Consulate General's mission is to represent Luxembourg with the local authorities as well as to offer consular services, the purpose of the Board of Economic Development is to advance the economic interests of our country, its investors and its companies. With their staff, they assist US and Canadian individuals and companies with any inquiries they may have concerning conducting business in Luxembourg. They work closely with interested parties in order to develop an initial idea or project into a successful commercial endeavor.

The BED is a company's first step into Luxembourg's supportive business environment. It provides first-hand information on the country's economic



The BED office in San Francisco

openness and pro-business orientation. Outstanding stability, lack of bureaucratic red tape, competitive taxes and low labor cost are among Luxembourg's many strategic advantages.

A cosmopolitan environment and an extraordinary quality of life contribute to making Luxembourg a comfort zone for penetrating the European market. The BED office shares its expertise with individuals and companies at every stage of growth, and can tailor

¹ UNITED STATES: Alabama, Arkansas, Connecticut, Delaware, Florida, Georgia, Illinois, Indiana, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Mississippi, New Hampshire, New Jersey, New York, North Carolina, Ohio, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, Tennessee, Vermont, Virginia, Washington DC, West Virginia. CANADA: New Brunswick, New Foundland, Nova Scotia, Ontario, Prince Edward Island, Quebec.

² UNITED STATES: Alaska, Arizona, California, Colorado, Hawaii, Iowa, Idaho, Kansas, Minnesota, Missouri, Montana, Nebraska, North Dakota, New Mexico, Oklahoma, Oregon, South Dakota, Texas, Utah, Washington State, Wisconsin, Wyoming. CANADA: Alberta, British Columbia, Manitoba, Northwestern Territories, Saskatchewan, Yukon.

a program that will lead to profitable business in Europe, through centrally-located Luxembourg.

Initially the BED's main objective was to attract new industrial investments to the Grand Duchy. The establishment in Luxembourg of manufacturing companies such as Goodyear, Dupont, Delphi, Guardian Industries, Husky Injection Molding, Avery Dennison or Airtech has developed into major success stories both for these companies and for Luxembourg.

In recent years the Board's objective has been broadened as Luxembourg has become increasingly attractive to companies with activities in the "digital economy" (Internet, e-commerce, online communications). Several world-leading companies like AOL, Amazon.com, Apple's iTunes and eBay have found a successful home in Luxembourg. Lately, the BED has also become active in promoting Luxembourg as an ideal location for headquarter activities, shared services and logistics. Over the last years, the Trade and Investment

Offices in the US have also co-organized seminars with private-sector partners on the Luxembourg mutual fund industry or on other major legal and regulatory developments in the financial services sector, such as the presentation in New York of the new Luxembourg legal frameworks for securitization or private equity. These financial seminars are organized in close cooperation with the Luxembourg Ministry of Finance. In this area, both offices are ready to cooperate with interested parties in the future.

Once established in Luxembourg, companies can also rely on a continuity in the relations between their corporate headquarters in the US or Canada and the BED offices. This ongoing relationship provides them with effective support in order to enhance their business experience in Luxembourg and to facilitate their future initiatives (reinvestments, restructuring, alliances, etc.).

The BED offices can also constitute a useful resource for Luxembourg companies that have operations in the

US and Canada or for Luxembourg-based companies that want to penetrate the American Markets. In their capacity as trade offices, both New York and San Francisco have served to support Luxembourg based companies that are seeking business partners and market opportunities for their products in the US and Canada. Involvement of the BED offices provides an imprimatur of legitimacy and quality for these businesses and enhances the chances of success for their American ventures.

The BED Trade and Investment offices in New York and San Francisco play an important role of transatlantic interface and are a valuable resource in the development of business opportunities between Luxembourg and North America.

Companies that are in the process of developing their activities on the North American continent should not hesitate to contact either one of the two offices in New York or in California, in order to coordinate the cooperation for their specific project. ■

Office des Licences

Contrôles à l'exportation vers l'Iran

La résolution 1696 (2006) du Conseil de Sécurité de l'ONU, confirmée par la résolution 1737 (2006), dispose que tous les États prendront les mesures nécessaires pour prévenir la fourniture, la vente ou le transfert, directs ou indirects, à l'Iran, de tous articles, matières, équipements, biens et technologies susceptibles de contribuer aux activités liées à l'enrichissement, au retraitement ou à l'eau lourde ou à la mise au point de vecteurs pouvant délivrer des armes de destruction massive.

Dans ses conclusions du 15 mai 2006 sur l'Iran, le Conseil de l'UE avait souligné «l'importance de faire preuve de la plus extrême vigilance dans l'application des mécanismes de contrôle des exportations de matériel sensible, de manière à empêcher le transfert de biens, de technologies et de matériels susceptibles d'être utilisés directement ou indirectement,

dans des programmes destinés à produire des matières fissiles et des missiles».

En conséquence, le Luxembourg, tout comme les autres États membres de l'UE, applique depuis quelques mois des contrôles renforcés sur toutes les exportations vers l'Iran.

Les pays avoisinants sont aussi concernés, car l'Iran cherche à se procurer les matériels et équipements nécessaires par l'intermédiaire de sociétés écran, éventuellement établies dans d'autres pays.

Les contrôles portent particulièrement mais non exclusivement sur les matériels et équipements, y compris la technologie et les logiciels, qui sont ou peuvent être destinés, entièrement ou en partie, à être utilisés dans les domaines tels que: cycle du combustible nucléaire, activités de retraitement, réacteurs à eau lourde, conversion de l'uranium et enrichissement, biens et technologies

en relation avec les missiles balistiques, ou dans des installations auxiliaires.

Si ces biens sont repris sur la liste (l'Annexe I) des biens à double usage contrôlés d'après le règlement 1334/2000, leur exportation est soumise à une autorisation préalable (licence).

Cette liste a été publiée en dernier lieu dans le Journal Officiel des CE n° L 74 du 13.03.2006.

Si les transferts envisagés portent sur des biens ou technologies qui ne sont pas repris sur la liste précitée, il est conseillé aux exportateurs de tels biens destinés à l'Iran ou à des sociétés écran établies dans d'autres pays, d'introduire une demande de licence auprès de l'Office des Licences, conformément à l'article 4 du règlement 1334/2000.

Les demandes de licences introduites devront être accompagnées d'une copie de la facture ou d'une facture proforma, ainsi que d'un certificat d'utili-



prix de base hors TVA.

Faites le calcul avec le Vito.



Vous serez gagnant. Et plus rapidement que vous ne le pensez.

► Le Vito sait convaincre pour tout ce qui compte le plus aujourd'hui. Vous allez vite apprécier son prix attractif à **partir de 15.895€**, mais également sa consommation économique de carburant, ses moteurs performants et ses faibles coûts de réparations et d'entretiens. Vous profiterez au quotidien de son vaste équipement de sécurité.

Sa robustesse et sa fiabilité payeront plus tard lors de la revente. Choisissez parmi sa large gamme qui compte un nombre impressionnant de variantes et de combinaisons associée à un concept d'habitacle innovant et sur mesure. Enfin avec tout cela, faites votre compte et rendez-vous chez votre partenaire Mercedes-Benz ou sur www.mercedes-benz.lu



Mercedes-Benz

www.mercedes-benz.lu

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

Mercedes-Benz Leudelage S.A.
3, rue Nicolas Brosius L-3372 Leudelage
Tél.: 26 37 26 -1

sation finale à établir par le destinataire des marchandises.

L'Office des Licences (voir coordonnées ci-après) répondra à toute demande de renseignement ou de précision dans

ce contexte et enverra, sur requête, le formulaire de demande de licence et/ou un modèle de certificat d'usage final.

L'attention est attirée sur le fait que la procédure d'examen des demandes

introduites prendra nécessairement plusieurs jours, voire quelques semaines. Une décision de refus de licence n'est pas à exclure. ■

Pour tous renseignements supplémentaires, veuillez contacter:

Office des Licences – B. P. 113 – L-2011 Luxembourg

Tél.: 47 82 370/71 – Fax: 46 61 38 – E-mail: office.licences@mae.etat.lu

New York, 23 & 24 April 2007

4th EU UN-Procurement Seminar: How to do Business with the United Nations

The European Procurement Forum invites Luxembourg and its companies to take part in the "4th EU UN-Procurement Seminar" on 23 and 24 April, 2007 in New York.

This two-day seminar offers companies located in the EU (and Luxembourg) information about opportunities to sell their goods and services in the US\$ 6.4 billion per year UN procurement market. It has a unique feature as it provides participants the opportunity to meet 1-on-1 with UN buyers and decisions makers that are specialized in their company's own products and services.

The EU UN-Procurement Seminar is a not-for-profit organization that

aims to provide EU organizations and companies with the information and tools to access the UN-market place. The goal is to help EU companies to be successful in doing business with UN agencies.

The seminar has 3 main parts:

1) PRESENTATIONS

Presentations by representatives from UN Headquarters, UNDP, UNOPS, UNICEF, UNHCR, WFP, FAO, and the World Bank will provide an overview of their organizations' specific procurement processes and offer guidelines on how to market goods and services to their organizations.

2) WORKSHOPS

A wide range of both thematic as well as general workshops provide insight on themes that have been selected based on future demand forecasted by UN-organizations, and will give practical tips on dealing with UN procurement. Please refer to their website www.eupf.org for detailed information on the workshops.

3) INDIVIDUAL MEETINGS

For the first 80 registrants there will be individual one-on-one meetings arranged with the appropriate UN-buyers and decision makers that match the companies' profile. ■

4th EU UN-Procurement Seminar: How to do Business with the United Nations

Date: 23 & 24 April 2007

Location: Auditorium Dag Hammarskjöld Library, United Nations Headquarters, New York

Seminar fee: \$825 pp regular registration, \$500 pp for additional registrant(s) from the same company

More information & registration: www.eupf.org or contact us at: info@eupf.org

EXECUTIVE TRAINING PROGRAMME

au Japon et en Corée



ETP est un programme de développement professionnel unique pour les cadres de l'UE qui veulent réussir sur le marché japonais ou coréen. Il inclut:

- Un programme de formation conçu par Sciences Po (Paris), en coopération avec la School of Oriental and African Studies (SOAS, University of London), l'Ecole de Gestion Bocconi (SDA, Milan), Waseda (Tokyo) et Yonsei (Seoul);
- 3 mois d'enseignement à distance du coréen ou du japonais;
- 6 mois de formation de langue avancé et de culture d'entreprise;

- 3 mois de formation en entreprise au Japon ou en Corée.

45 places disponibles pour ETP Japon et 15 pour ETP Corée.

ETP Japon et Corée sont des initiatives financées et gérées par la Commission Européenne, Direction Générale des Relations Extérieures.

Pour plus d'information, veuillez nous contacter:
Chambre de Commerce du Luxembourg
Département Affaires Internationales
Email: world@cc.lu – Tél: 42 39 39 316



EUROPEAN COMMISSION
External Relations 

▼ www.etp.org ▲



EXECUTIVE
TRAINING
PROGRAMME



EXECUTIVE
TRAINING
PROGRAMME

Czech

Good Prospects for the Czech Economy



Prague, old town

After long negotiations between five parliamentary parties, the new Czech Government took oath of office on 9 January 2007 and 10 days after the cabinet won the confidence of the Chamber of Deputies. The three parties cabinet (centre-right coalition) composed of the conservative ODS, Christian Democrats KDU-CSL and the Greens is headed by Prime Minister Mirek Topolánek (ODS), the economic ministries are led by Minister Martin Říman (Industry and Trade, ODS) and Minister Miroslav Kalousek (Finances, KDU-CSL). The position of the government will remain fragile as the coalition disposes of exactly half of the seats in the Chamber. However, the economy has been doing reasonably well since the beginning of the decade and there are many good reasons why the trend should continue.

The boom of the previous years continued in 2006. Progress has been made in restructuring of the economy by focusing on sectors with higher added

value such as new technologies, electronics, automotive and related sectors. The results of 2006:

- GDP growth of 5,8 % (6,1 % in 2005)
- record trade surplus of 47 bil CZK (40 bil CZK in 2005, 1 EUR ~ 28 CZK)
- unemployment 7,7 % (8,7 % in 2005)
- highest foreign investments into the CZ economy worth 4,6 bil USD (investments mediated by the state agency Czechinvest and creating 34.824 new jobs)

In contradiction with the good shape of the economy the state budgets continue to feature deficits.

Regrettably, because of political reasons, the governments don't dare to cut expenses, and instead the state debt is increasing.

The economists are claiming the poor fiscal discipline especially in the current prosperous phase.

- the deficit reached 97,3 bil CZK in 2006 making 3 % of GDP
- 91,3 bil CZK budget gap is approved for 2007
- due to budget deficits and growing debts the adoption of Euro was postponed from 2010 to a later date. 2012 is now being mentioned as a possible target date.

■ An equally optimistic outlook for business year 2007

Based on the recent developments the prediction for 2007 economy performance continues to be very favourable.

- 5 % GDP growth or more in 2007
- decrease of unemployment by 1 percentage point down to 6,7 %
- the inflation should remain around 2,4 %.
- continuation of investments into industries with high added value
- previous investments will increase the share on exports (so far 60 % of all production derived from foreign investments are exported, mainly to the EU countries)
- trade surplus is estimated to reach the record of 70 bil CZK
- the driving force of the exports will be the automotive and supplying industry (making 17% share of the total export from CZ)
- between 2007 and 2009 the increase of export will base on electronics (in 2009 the automotive sector will thanks to Hyundai reassume the leading position when CZ will achieve the record output of 1,1 million cars per year)

Nevertheless, the exporters will have to cope with the continuously strong national currency (CZK). Financial experts are expecting further gains. Whereas the crown stood at around CZK 29,00/EUR at the end of 2005 it has strengthened to CZK 28,41/EUR at the beginning of 2007. Financial experts estimate that at the time of EUR adoption in CZ (2012) the rate may be 25 - 26 CZK for 1 EUR.

■ Economic reforms by the new government

The stabilization of the political scene in the Czech Republic will have a positive impact on the business climate. However, due to the fragile position in the Parliament the ambitious reform plans will have to be substantially moderated.

Some of the changes to be expected soon are:

- Introduction of a "single tax" (on income) to be set between 17 and 19%. The former project of ODS to introduce 15 % "flat tax" was for compromise reasons given up. The single tax should bring a substantial simplification, higher collection of taxes and reduction of evaders. Similar good experience has been made in Slovakia.
- The single tax mode will be profitable for companies and tradesmen, in concrete terms it will mean the decrease of taxes from 24 % applicable in 2006 to 17-19 %. For illustration: still in 1993 the corporate income tax in CZ was 45 %.

- The government intends to continue in supporting investors by granting incentives, however it will give selective priority to sectors with high added value such as new technologies, research and development and science.
- The government will focus on the development of the infrastructure of the country and more efficient utilization of cohesion and structural funds from the EU so that regions outside capital city of Prague develop according to European standards.
- Investment incentives will become a regional policy instrument, especially in structurally challenged areas.
- An emphasis will be put on equal conditions for domestic and foreign enterprises.
- Revitalization of old industrial premises (brown-fields) will receive high priority.
- In cooperation with social partners the new cabinet will negotiate changes of the Labour Code to increase flexibility in employee-employer relations and

will expand the principle of „if it's not prohibited, it's allowed“.

Compared to neighbouring countries CZ features a considerable comparative advantage – a long, successful engineering tradition. To support the trend the government continues to promote technical universities in Prague and in other regions (Brno, Ostrava).

■ Favourable conditions for investors

- the market will be more liberalized
- the conditions will motivate for job creation
- the entrepreneurs will be encouraged to invest into innovative technologies
- the new unemployment benefits policy will motivate the people to work, it should be worthwhile working rather than to be on social support
- the investors will find simplified procedures within the central administration.

For the Luxembourg Embassy in Prague, Jan Prusak, Expert Counsellor for economic and commercial affairs. ■



INTERNATIONAL

Le réseau des Chambres de Commerce allemandes 

RÉCUPERER VOTRE TVA BELGE ET ALLEMANDE

L'un des services de DEinternational - AHK debelux - traite vos demandes de récupération de la TVA belge et allemande.

Si votre entreprise a payé la TVA en Belgique, en Allemagne ou dans d'autres pays de l'Union européenne ainsi qu'en Islande, en Norvège, au Canada ou en Suisse et que vous n'y avez pas de numéro de TVA, vous avez la possibilité de récupérer cette TVA payée.

Notre service « Récupération de la TVA » examine la recevabilité de vos dossiers, formule les demandes en bonne et due forme et prend en charge la correspondance avec les administrations.

Votre interlocuteur: Marco De Cesare | E-Mail: tva@debelux.org
Tel.: +32 (0)2.206.67.57 | Fax: +32 (0)2.203.22.71
www.debelux.org

 Deutsch-Belgisch-Luxemburgische Handelskammer
Belgisch-Luxemburgs-Duitse Kamer van Koophandel
Chambre de Commerce Belgo-Luxembourgeoise-Allemande

NOTRE PROGRAMME SUR MESURE « CARTE BLANCHE » À LA RENCONTRE DE VOS BESOINS

- **COURS DE LANGUE GÉNÉRALE**
- **COURS EN LANGUE DE SPÉCIALITÉ**
BANQUE – FINANCE
- **COURS SUR OBJECTIFS SPÉCIFIQUES**
COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE, NÉGOCIATION,
CONDUITE DE RÉUNIONS, TECHNIQUES DE PRÉSENTATION
- **FORMATION À DISTANCE AVEC TUTORAT ACTIF**

**Pour des informations
détaillées, contactez svp :**
Luciana Restivo
Tél. 40 39 91 46

**Nouvelle adresse
à partir du 15 avril**

NOS FORMATIONS, VOTRE ATOUT LANGUES

61, rue de Strasbourg L-2561 Luxembourg
T. +352 40 39 910 F. +352 48 61 02
info@prolingua.lu www.prolingua.lu



BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires

En raison de l'internationalisation de l'économie, les PME souhaitant sortir de leurs frontières et conquérir de nouveaux marchés peuvent soit décider de le faire seules, soit conclure des coopérations avec des PME situées dans les Etats visés. Une entreprise optant pour le partenariat a ainsi le choix entre plusieurs types de partenariats:

■ Le partenariat commercial:

- La prospection des marchés
- La promotion des produits
- La distribution des produits
- Le contrat de distribution, de distribution réciproque, de concession, d'agence, de franchise, de marketing et de portage

■ Le partenariat industriel:

- La fabrication commune des produits
- La sous-traitance stratégique
- Les achats groupés
- La logistique commune

■ Le partenariat technologique:

- Le transfert de technologie et de savoir-faire
- La sous-traitance stratégique
- La soumission et exécution en commun de programmes de recherche
- La conception et le développement, adaptation de nouveaux produits en commun

■ Les formes participatives de partenariat:

- La joint venture
- Le groupement d'intérêt économique et le groupement européen d'intérêt économique
- La prise de participation
- Les groupements momentanés d'entreprises

Pour faire face à de nouveaux marchés et à la concurrence, le partenariat apparaît comme étant une des solutions pouvant permettre à toute PME/PMI disposant de moyens limités de faire face à de grandes entreprises et de devenir une entreprise concurrente non négligeable sur le marché européen, voire mondial. Il s'agit de réaliser à plusieurs ce qui est plus difficile à faire seul.

Etre actif sur le marché international implique qu'une entreprise soit présente sur plusieurs marchés nationaux ne répondant pas forcément aux mêmes règles, et un marché international où les concurrents sont encore plus nombreux que sur le marché national ou européen.

Le partenariat permet ainsi aux entreprises de petite et de moyenne taille de diminuer ces risques.

Au vu du nombre d'offres de coopération existantes, la Chambre de Commerce, via son Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI, vous propose la possibilité d'entrer en contact avec des partenaires potentiels, en répondant à une des propositions d'affaires émanant aussi bien d'entreprises luxembourgeoises, de la Grande-Région, ou situées dans l'un des 25 Etats membres de l'Union européenne, dans un pays candidat à l'adhésion ou dans un Etat tiers où le réseau des Euro Info Centres est représenté.

Si vous êtes intéressés par une offre de coopération bien déterminée, vous pouvez recevoir les coordonnées de la société, une description de son offre, ainsi que des informations diverses sur son fonctionnement (capital, chiffre d'affaires, expériences internationales, etc.).

Vous pouvez aussi soumettre une offre de recherche de coopération en contactant l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI auprès de la Chambre de Commerce. Une entrevue peut également être arrangée sur simple demande:

Euro Info Centre
Luxembourg PME/PMI
Tél.: 42 39 39-333
Fax: 43 83 26
E-mail: eic@cc.lu ■

OFFRES DE COOPERATION

- 1 Société turque, spécialisée dans la fabrication de bijoux et d'articles de mode, recherche des importateurs, des distributeurs et des détaillants (EIC-20070111).
- 2 Société de Hong Kong, produisant des éléments tels que des filtres à air, filtres à huile, filtres à pression hydraulique, etc., pour machines de construction, camions, etc., recherche des grossistes, des importateurs et des distributeurs (EIC-20070208).
- 3 Société française, spécialisée dans la production de divers dispositifs médicaux, recherche des agents et représentants commerciaux, des distributeurs (EIC-200714170).
- 4 Société française, spécialisée dans la vente de cadeaux d'affaires et d'articles promotionnels, recherche des sous-traitants pouvant produire rapidement des articles textile, ainsi que des producteurs de tous types d'articles promotionnels et de cadeaux d'affaires (stylos, tasses, etc.) (EIC-20070220201).
- 5 Etablissement vinicole bosniaque recherche des distributeurs (EIC-20070220200).

- 6 Société suédoise, spécialisée dans la création et la distribution de certains produits de nutrition pour bébés, recherche des fabricants prêts à produire ses produits selon sa recette (EIC-20070221218).
- 7 Société britannique, spécialisée dans l'import/export de textiles et de lingeries, recherche des agents commerciaux et des représentants commerciaux (EIC-20070219197).
- 8 Société italienne située en Sicile, spécialisée dans la production d'huile d'olive vierge, recherche des importateurs et des grossistes (EIC-20070212126).
- 9 Société belge, spécialisée dans la fabrication de produits auto-adhésifs, de supports et laminations pour impression numérique pour l'industrie signalétique, recherche des distributeurs (EIC-200710290).
- 10 Société espagnole, spécialisée dans la production de cuir et de velours pour l'industrie du vêtement et des chaussures recherche des représentants commerciaux et des distributeurs (EIC-200714193).
- 11 Société allemande, spécialisée dans l'organisation de conférences basées sur le concept «Horse-Assisted-Training» pour le développement notamment des compétences sociales et de management recherche des professionnels du marketing et de la vente pour commercialiser son produit (EIC-200714200).

BON DE COMMANDE • à remplir à la machine ou en lettres majuscules (Toutes les mentions sont obligatoires)

Entreprise: _____

Numéro au RCS: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____ @ _____

http:// _____

- 1 2 3 4 5 6 7
 8 9 10 11

Date: _____

Signature: _____

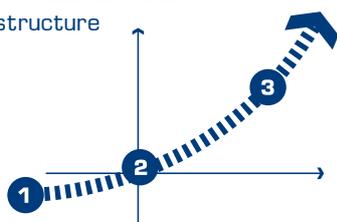
**Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg**
Département International – Affaires européennes
Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI
Personne de contact: Mme Anne-Cécile SADOT
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg/Kirchberg • L-2981 Luxembourg
Tél.: 42 39 39-373 • Fax: 43 83 26
E-mail: eic@cc.lu

You

- Are a high-tech entrepreneur or company
- Want to achieve rapid growth

At Technoport

- Get access to one of our three programmes
- Benefit from our tailor-made services and high quality infrastructure
- Join our network of innovative companies



**THE PREMIER HIGH-TECH
INCUBATOR**

www.technoport.lu

Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI

Textes européens publiés du 11 janvier au 21 février 2007

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 euro-

péens. 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 seront transmis gratuitement par courrier normal ou par courrier électronique. ■

Recommandations publiées du 11 janvier 2007 – 21 février 2007

- | | | |
|---|------------|--|
| 1 | 2007/78/CE | Systèmes efficaces d'information et de communication embarqués dans les véhicules et garantissant une sécurité optimale: interface homme/machine |
|---|------------|--|

Communications publiées du 11 janvier 2007 – 21 février 2007

- | | | |
|---|--------------|---|
| 2 | 2007/C 30/04 | Livre vert sur la protection diplomatique et consulaire du citoyen de l'Union dans les pays tiers |
| 3 | 2007/C31/01 | Avis de la BCE sur un projet de directive portant modalités d'application de la directive 85/611/CEE concernant les OPCVM |
| 4 | 2007/C27/01 | Avis de la BCE sur une proposition de directive sur les règles de procédure et critères d'évaluation applicables à l'évaluation prudentielle des acquisitions et augmentations de participation dans des entités du secteur financier |

Décisions publiées du 11 janvier 2007 – 21 février 2007

- | | | |
|---|----------------------------|---|
| 5 | 2007/116/CE | Réservation de la série nationale des numéros commençant par « 116 » à des numéros harmonisés pour des services à valeur sociale harmonisés |
| 6 | 2007/102/CE
2007/103/CE | Programme de travail 2007 relatif à l'application du programme d'action communautaire dans le domaine de la santé publique (2003-2008) |

Directives publiées du 11 janvier 2007 – 21 février 2007

- | | | |
|---|-----------|----------------------|
| 7 | 2007/1/CE | Produits cosmétiques |
|---|-----------|----------------------|

Règlements publiés du 11 janvier 2007 – 21 février 2007

- | | | |
|----|----------------------|--|
| 8 | 105/2007 | Nomenclature commune des unités territoriales statistiques (NUTS) |
| 9 | 160/2007
161/2007 | Classement de certaines marchandises dans la nomenclature combinée |
| 10 | 158/2007 | Modification du règlement 1358/2003 concernant la liste des aéroports communautaires |

BON DE COMMANDE • à remplir à la machine ou en lettres majuscules

Entreprise: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/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

**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

Marchés d'instruments financiers: Un nouveau site web sur la Directive «MiFID»

La Commission européenne a lancé un site web interactif où les parties prenantes, notamment les entreprises, les associations professionnelles et les investisseurs, peuvent poser des questions au sujet de la Directive concernant les marchés d'instruments financiers (2004/39/EC) (MiFID), qui vient d'être finalisée, et de ses mesures d'exécution. Le site web permet également aux parties prenantes de voir les réponses aux questions déjà posées et leur permet aussi de poser de nouvelles questions.

Le cas échéant, la Commission consultera les États membres et les autorités de réglementation avant de formuler des

réponses aux questions. Elle transmettra également les questions spécifiques aux autorités de réglementation, au cas par cas. L'objectif est de répondre à toutes les questions dans les trois mois, mais les questions simples devraient recevoir une réponse beaucoup plus rapidement.

Si le site web est une réussite, la Commission envisagera d'appliquer la même approche à d'autres directives «marché unique». La fonctionnalité du site web continuera d'être améliorée. Les questions peuvent être posées dans n'importe quelle langue officielle de l'UE, mais les réponses ne seront publiées qu'en anglais.



Site web à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/internal_market/securities/isd/questions/index_en.htm.

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez prendre contact avec l'équipe de l'Euro Info Centre Luxembourg: eic@cc.lu • Tél.: 42 39 39-333

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

“Wow.” Étonnez-vous !

Microsoft

Travaillez plus en sécurité et de manière efficace avec Windows Vista™ Business et Microsoft® Office Professionnel 2007

Protégez vos données
Sauvegardez
automatiquement.

Parfaite connaissance
du client...
à portée de main.

Fini de chercher... Vous avez – déjà – trouvé
vos documents, fichiers, applications, courriels !

Restez en phase
avec votre business
depuis votre bureau,
votre domicile ou sur la route.



www.microsoft.lu/pme/demo

Microsoft vous recommande de travailler avec des partenaires «Microsoft Spécialistes PME» pour vos équipements IT.

Microsoft
Spécialiste
PME



8. Februar 2007

Erfolgreiche Konferenz "Die Führungskraft als Personalentwickler: Der Königsweg für das Finden und Halten von Talenten"



Mehr als 150 Teilnehmer nahmen am 8. Februar 2007 an einer Konferenz zum Thema "Die Führungskraft als Personalentwickler: Warum dies der Königsweg für das Finden und Halten von Talenten ist" teil.

Die Konferenz wurde von Dr. Bernhard Rosenberger animiert, welcher seit 2002 selbständiger Berater auf den Gebieten *Strategisches Personalmanagement* und *Strategieumsetzende Personalentwicklung* ist.

Wir alle wissen, daß der Mensch im Unternehmen die Zukunft des Unternehmens sichert und das Thema „Personal- und Führungskräfteentwicklung“ weltweit ganz oben auf der Agenda steht. Immaterielle Vermögenswerte wie Wissen, Talente, Beziehungen u. ä. werden immer bedeutsamer und der Personalbereich erhält eine umfassendere Rolle im Unternehmen. Auf eine sehr interaktive Weise stellte Dr. Rosenberger dar, dass heutzutage Top Talente zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmen werden. Aus diesem Grund brauchen Führungskräfte heutzutage Manager- und Leader-Qualitäten um diese Talente zu motivieren und zu halten.

Hierbei gilt es jedoch nicht aus den Augen zu verlieren, dass kein Führungsstil zu jeder Gefolgschaft passt und kein Führungsstil in jeder Situation gleichermaßen zum Erfolg führt. Deshalb sollte eine Führungskraft den

Umgang mit mehreren Mitarbeiter-typen beherrschen.

Im klassischen Führungskreislauf werden die typischen Managertätigkeiten genannt: kontrollieren, planen, organisieren, delegieren, motivieren, entscheiden. Zu einer guten Führungskraft gehören allerdings auch häufig vergessene Managertätigkeiten: zuhören, loslassen, Vorbild sein, Atmosphäre schaffen, Informieren, Feedback und Coaching, Klarheit und Sicherheit bieten. Gerade diese Managertätigkeiten gewinnen heute an Gewicht um Talente zu halten.

Um diesem gerecht zu werden, hebt Dr Rosenberger 5 Top-Instrumente in der modernen Personalentwicklung hervor:

- 1) Führungskräfteentwicklung
- 2) Mitarbeitergespräche
- 3) Feedbackkultur
- 4) Zielvereinbarungen
- 5) Teamworkshops

und beweist ein weiteres Mal, dass heutzutage Personalentwicklung und Führung immer mehr miteinander verschmelzen und Führungskräfte und Personaler immer enger miteinander arbeiten müssen. ■

Um dieses Thema weiter zu vertiefen, lädt das Institut de Formation de la Chambre de Commerce Sie zu einem Tagesseminar mit Dr. Rosenberger ein:

Modernes Führen – Wie Ihre Führungskräfte zu Personalentwicklern werden!

Das Seminar zeigt auf, welche Aufgaben und Pflichten eine Führungskraft bei der Personalentwicklung und somit der Förderung von Kompetenzen im Managementbereich ausüben sollte. Der Teilnehmer erlernt praktische Methoden und Techniken, die ihm helfen, diese Aufgabe zu meistern und wird somit auf seine Manageraufgabe im Alltag vorbereitet.

Das stark interaktiv geprägte Seminar behandelt folgende Themen:

- Personalentwicklung für Leistung, Motivation und Eigenverantwortung
- Wie Führungskräfte heute führen sollten – mit oder ohne Personalabteilung
- Wie Führungskräfte sich auf das Wesentliche im Unternehmen konzentrieren
- Wie der Werkzeugkasten entwicklungsorientierter Führungskräfte aussieht
- Anwendungsbeispiele und Praxistipps
- Erarbeitung konkreter Lösungen für die Teilnehmer in Gruppen (kollegiales coaching)

Termin:	Dienstag, den 24. April 2007 von 9.00-17.00 Uhr (Empfang ab 8.30 Uhr)
Sprache:	Deutsch
Tagungsort:	Centre de Formation de la Chambre de Commerce 7, rue Alcide de Gasperi – Luxembourg-Kirchberg
Teilnahmegebühr:	175,00 € pro Person (Der Preis beinhaltet Dokumentation und ein Mittagessen)
Anmeldung und weitere Informationen:	Institut de Formation de la Chambre de Commerce – L-2981 Luxembourg Jean Junck – Tel.: (+352) 42 39 39-224 – E-mail: jean.junck@cc.lu – www.ifcc.lu

Industrie

Une offre de formation spécifique pour l'industrie luxembourgeoise

La formation professionnelle continue est considérée à juste titre comme un outil de choix pour développer les compétences des salariés et par conséquent le niveau de compétitivité des petites, moyennes et grandes entreprises. Ce constat vaut aussi pour l'industrie luxembourgeoise soumise à une forte concurrence sur les marchés internationaux.

Après un intensif travail de préparation, l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce et la FEDIL lanceront à partir du 16 avril prochain une offre de formation spécifique pour l'industrie. Cette initiative commune se caractérise par la création d'un programme de formation intégrant les besoins particuliers, notamment techniques et opérationnels, d'une entreprise de production.

L'idée poursuivie par les promoteurs consiste à développer progressivement au Luxembourg une offre de formation sectorielle inter-entreprises accompagnant surtout les petites et moyennes industries dans leurs efforts de formation.

Les formations sélectionnées et répondant aux priorités détectées auprès des entreprises s'articulent autour des volets «Technique» et «Management opérationnel». L'IFCC et la FEDIL ont sélectionné des formateurs expérimentés, familiarisés avec le tissu industriel

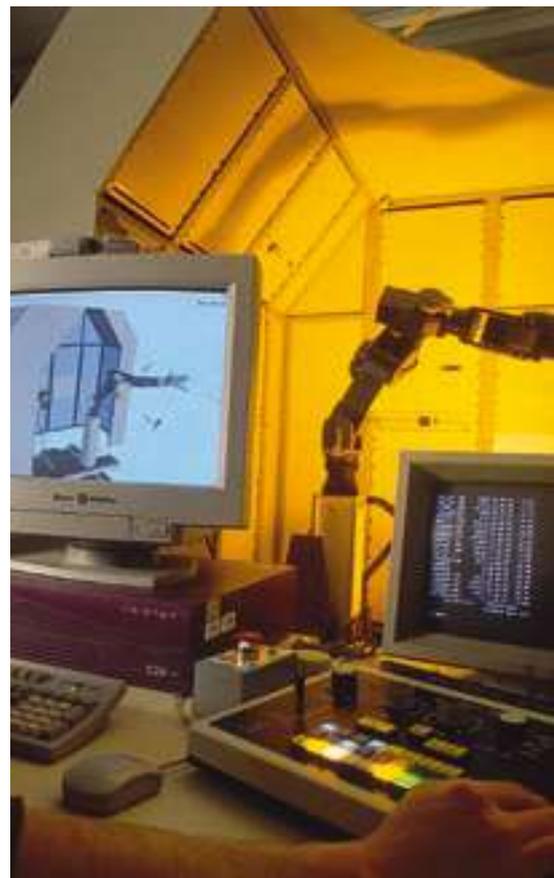
de notre pays et dotés d'une approche pédagogique vouée à la pratique. Des partenariats solides ont été conclus avec des organismes de formation nationaux et régionaux réputés parmi lesquels Aforest (Luxembourg), Technifutur (Liège) et Festo Lernzentrum (St.Ingbert).

Le plan d'action élaboré pour l'exercice 2007 comprend 20 actions de formation regroupées dans les filières suivantes : l'hydraulique, la pneumatique, les automates programmables, l'informatique industrielle, le computerized numerical control (CNC), respectivement le management opérationnel.

Toutes les formations se dérouleront soit au Centre de Formation de la Chambre de Commerce ou bien au Centre National de la Formation Professionnelle Continue (Esch-sur-Alzette). Les formations hydraulique et pneumatique qui seront dispensées en langue allemande auront lieu à St. Ingbert (Sarrelouis) en partenariat avec Festo Lernzentrum.

La certification est assurée par la Chambre de Commerce, ce qui confère aux titres émis une forte transparence et reconnaissance dans le secteur professionnel concerné.

L'IFCC met à disposition des entreprises intéressées une documentation étoffée (programme de formation, objectifs, public-cible, modalités pratiques et fiches d'inscription) pour cha-



cune des formations proposées. Les demandes d'obtention d'informations peuvent être adressées directement par e-mail à M. Jean Junck (jean.junck@cc.lu), respectivement vous pouvez télécharger le formulaire correspondant sur le site www.ifcc.lu. ■

17. + 24. April 2007

„Dienstleistung: (k)eine Frage! ...?“ oder „Stimmt der Kern nicht – bleibt die Marke Illusion“

Fallende Margen, steigende Konkurrenz, Austauschbarkeit von Produkten... Sie kennen das. Also – keine Möglichkeit, sich abzuheben? Bleibt nur noch „Mitschwimmen“?

Mitnichten, wie es eine rezente Studie vom Februar ds. Jahres wieder einmal belegt. Die Unterscheidung findet statt im Bereich *Dienstleistung*: „Der persönliche Kontakt ist alles“, „Eine Beziehung, die auf Vertrauen beruht, ist entscheidend“.

Das Ergebnis unterstreicht die Feststellung, dass in unserem europäischen Umfeld der *Dienstleistungs*-Gedanke als wesentliche Größe für Erfolg in der Zukunft steht. Dies trifft für den Standort Luxembourg mindestens ebenso zu wie für die Nachbarn.

Mag es den einen oder anderen verwundern, dass in unserer von Internet und Intranet dominierten modernen Welt es immer noch in erster Linie auf den Menschen ankommt. Es beruhigt, dass technische Hilfsmittel eben „nur“ Hilfsmittel bleiben und nicht den zwischenmenschlichen Kontakt ersetzen können. Der Mensch, der Mitarbeiter, steht im Mittelpunkt. Sein Verhalten entscheidet über den *Dienstleistungsgrad* Ihres Unternehmens. Was bedeutet dies für jedes Unternehmen bzw. Institution?

Der Begriff *Dienstleister*, bzw. seine Wortbestandteile, beschreiben so tref-

fend eineindeutig dessen echten Gehalt. Dienst leisten – dem Kunden einen Dienst leisten.

Wie diesen Begriff der *Dienstleistung* 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 des 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 Nachhaltigkeit 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 mit *professioneller Dienstleistung* abzuheben. Eine Arbeit, die gleichzeitig eine große Herausforderung darstellt: das Ablassen von ach so lieb gewordenen Gewohnheiten, etwas Neues bewusst und aktiv mitgestalten. Unabdingbare Voraussetzung hierfür ist

der unbeugsame Wille des/der Verantwortlichen im Unternehmen 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!

Und – *Dienstleistung* ist messbar. Und damit direkt der Erfolg Ihres Unternehmens!

Wie positionieren Sie sich und Ihr Unternehmen in Sachen *Dienstleistung*? Was brauchen Sie dazu, einen Wandel innerhalb Ihres Verantwortungsbereiches aktiv und bewusst herbei zu führen? Die Zukunft aktiv zu gestalten, ist das Kernstück des Unternehmertums. Oder ist Ihr Unternehmen in Sachen *Dienstleistung* nicht mehr zu toppen? Ihre Mitarbeiter bereits die *professionellen Dienstleister*? Und zwar jeder von ihnen? 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* am 17. und 24. April 2007 beim IFCC?

Manfred Wöltche

I.B.C.C.s.a.

51, avenue de la Gare
L-1611 Luxembourg

SEMINAR: VERBESSERUNG IHRES UNTERNEHMENSERGEBNISSES DURCH PROFESSIONELLE DIENSTLEISTUNG

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

Programm:

- Dienstleistung – Was ist das?
- Wo beginnt Dienstleistung im Unternehmen?
- Der Dienstleistungsgedanke als unverzichtbarer Faktor zur Kundenbindung
- Dienstleistung ist messbar – und damit Ihr Erfolg!
- Was ist Dienstleistungskompetenz in einem modernen Unternehmen?

- Wie steigere ich sie?
- Der Kunde als König oder als Partner?
- Wie bewege ich den „Mit-Arbeiter“ zu einer erfolgreichen Kundenbeziehung?
- Warum ist es wichtig, sich von der Konkurrenz zu unterscheiden? – Wege zum Erfolg!
- Die Notwendigkeit von Initiative, Motivation, Kreativität und Kooperation auf allen Ebenen
- Die Dienstleistung verbessern heißt, nachhaltig das Ergebnis verbessern

Referent: Manfred Wöltche

Zielgruppe: Unternehmer, Führungskräfte, Mitarbeiter aller Fachabteilungen die in Kürze eine Führungsposition übernehmen werden

Sprache: Deutsch

Dauer: 2 Tage

Termine: 17 & 24/4/2007

Zeit: 8.30 - 17.00 Uhr

Preis: 300 €, Mittagessen inklusive

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

5 avril 2007

La communication d'entreprise face aux médias: enjeux et opportunités

Si bon nombre d'entreprises ont reconnu l'importance capitale revenant à la communication externe, force est de constater que la façon dont sont utilisés les outils permettant de véhiculer un message donné vers l'extérieur fait preuve d'une méconnaissance réelle des critères de sélection de l'information appliqués par les médias.

Comment expliquer autrement les tournures récurrentes du type «La satisfaction des consommateurs constitue l'une de nos principales priorités» ou «Le soleil était au rendez-vous», voire «Un vin d'honneur a été offert à l'issue de la rencontre», véhiculant dans bon nombre de communiqués de presse, des banalités dépourvues de tout contenu informatif?

Comment expliquer autrement l'assiduité affichée par certains acteurs lorsqu'ils essaient de faire passer un message

en utilisant une tonalité trop euphorique, voire publicitaire, enlevant au message toute crédibilité?

Pour bien communiquer il faut également connaître les contraintes des médias et être en mesure de procéder à une analyse préalable permettant de définir si l'auteur du message suscitera l'attention des médias par le simple fait qu'il est considéré comme étant un acteur d'envergure ou s'il devra se distinguer par d'autres aspects pour susciter l'intérêt. Et finalement, il faudra s'assurer que l'information à faire passer est susceptible d'intéresser le public.

Afin de permettre d'approfondir ce sujet, l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce vous invite à vous inscrire à sa formation «La communication d'entreprise face aux médias» qui aura lieu le 5 avril 2006 de 8.30 à 12.30 heures. ■



TOM HERMES, conseiller FEDIL, licencié en journalisme et communication, ancien journaliste de RTL Radio Lëtzebuerg

Séminaire: La communication d'entreprise face aux médias

Programme de formation et modalités organisationnelles

- Objectifs:**
- Connaître les contraintes et les besoins des médias en général
 - Avoir un aperçu sur les critères de sélection de l'information appliqués par les médias
 - Utiliser les différents outils de la communication externe

Programme:

- **Le paysage médiatique au Luxembourg**
 - La presse quotidienne
 - La presse périodique
 - La presse radiophonique
 - La presse télévisée
- **Quelques notions élémentaires**
 - La communication interne
 - La communication externe
 - Les différences entre la communication dans un but d'information et dans un but publicitaire
 - Les critères de sélection de l'information
- **Les outils de la communication externe**
 - Communiqués de presse: règles à observer, contenu et diffusion
 - Conférences de presse: convocation et déroulement
 - Site Internet: contenu et mise à jour
 - Analyse de cas pratiques

Intervenant: Tom HERMES

Langue: Français

Durée: 0,5 jour

Date: 5 avril 2007

Horaire: 8.30-12.30 heures

Prix: 140 €

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

Places disponibles: 15

Inscription: www.ifcc.lu

Renseignements: **Institut de Formation de la Chambre de Commerce**
Eliane Theis
Tél.: (+352) 42 39 39-225
Fax : (+352) 42 39 39-820
E-mail: info@ifcc.lu

WIRTSCHAFTSAUSKÜNFT 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





L'Europe en toute facilité!



Calendrier 2007 de l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI

L'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI (EIC) de la Chambre de Commerce organise chaque année une multitude de manifestations à caractère informatif et promotionnel, ayant trait aux affaires européennes d'actualité les plus diverses, dans le but de sensibiliser et de préparer les petites et moyennes entreprises luxembourgeoises au marché européen et à ses opportunités.

Ainsi, en 2007, l'EIC vous propose l'organisation de conférences et de séminaires thématiques, de plusieurs salons de coopération, au Luxembourg et à l'étranger ainsi que la visite accompagnée à plusieurs foires et salons spécialisés à l'étranger souvent combinée à des plateformes de rencontres «b2b».

En quoi consistent ces différents types d'événements?

Les **conférences** se focalisent sur des thèmes vous préoccupant toujours de près ou de loin. Organisées tant sous forme de workshops, qui vous permettent de vous adresser de façon directe à des personnes qualifiées, que sous forme de rencontres académiques orchestrées par des spécialistes des sujets débattus, elles ont pour objectifs principaux de vous sensibiliser aux politiques communautaires, de vous aider et de vous accompagner dans les démarches pour l'internationalisation de votre entreprise.

Les **séminaires pays** sont exclusivement consacrés à un pays en particulier. Après une présentation générale du pays et de son économie, les pièges à éviter lorsqu'on souhaite faire des affaires dans le pays ciblé sont présentés. Ces séminaires ont donc pour but de vous aider à déterminer si oui ou non, il est intéressant pour vous d'étendre vos activités dans ce pays.

Lors des «**visites accompagnées**», l'EIC vous permet d'accéder en tant que visiteur à des grandes foires internationales tout en prenant en charge l'aspect logistique du déplacement. Généralement, ces visites ont lieu sur une journée et en groupe, ce qui vous permet également de réduire vos coûts. Toutefois, une fois sur place, vous êtes libre d'effectuer la visite comme bon vous semble. En cas de besoin, un collaborateur de l'EIC est toujours à votre disposition pour vous assister.

Le concept «b2fair» des **salons de coopération** est simple. Dans les semaines précédant votre participation au salon, vous avez accès à l'ensemble

des profils des sociétés participantes à partir d'une base de données en ligne. Ces profils précisent, outre les informations de base, le type de coopération ainsi que les produits et services proposés ou recherchés par les autres participants. Un planning de rendez-vous est ensuite établi selon vos souhaits et ceux des entreprises ayant manifesté un intérêt pour votre profil. Lors de votre arrivée au salon, un planning détaillé de vos rendez-vous vous est remis, ainsi qu'un catalogue papier reprenant les coordonnées détaillées des entreprises participantes.



Cette formule, à l'efficacité avérée, vous permet ainsi d'avoir en un minimum de temps un maximum de contacts professionnels utiles au développement de votre entreprise. En règle générale, et en complément à ce planning de rendez-vous, différentes plages horaires sont aménagées afin de vous permettre de rencontrer les autres participants de manière informelle, via, par exemple, un dîner de gala ou un déjeuner commun.

Initialement réservé à ces salons, le matchmaking s'est cependant étendu à d'autres événements et se pratique désormais lors de foires et de salons, de journée de promotion, de forums, etc.



Enfin, dans le cadre des **projets européens**, auxquels l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI prend une part active en partenariat avec d'autres EIC à travers l'Europe, la participation à plusieurs **foires** spécialisées vous est également proposée. Cette année, dans le cadre du projet Interreg IIIb/ Stimutran-sme, la visite de quatre foires vous est offerte à un tarif préférentiel, et une nouvelle édition du Forum de l'Entreprise sera organisée à Luxembourg en novembre 2007.

Il ne vous reste plus qu'à consulter le tableau récapitulatif des manifestations que nous organisons tout au long de l'année 2007 et à sélectionner celles qui vous intéressent le plus!

Tableau récapitulatif des manifestations organisées

Date	Lieu	Type d'événement
1 22 mars 2007	Thionville, France	Salon de coopération
2 27 au 28 mars 2007	Oxford, Grande-Bretagne	Visite accompagnée avec matchmaking dans le cadre du projet européen Interreg IIIB/Stimutran-sme
3 16 au 20 avril 2007	Hanovre, Allemagne	Salon de coopération avec matchmaking
4 15 mai 2007	Chambre de Commerce	Workshop
5 15 mai 2007	Chambre de Commerce	Conférence
6 juin 2007	Chambre de Commerce	Conférence
7 5 au 7 juin 2007	Rotterdam (NL)	Visite de foire dans le cadre du projet européen Interreg IIIB/Stimutran-sme
8 6 au 8 juin 2007	Poitiers, France	Salon de coopération
9 19 juin 2007	Chambre de Commerce	Séminaire pays
10 27 juin 2007	Chambre de Commerce	Conférence et workshops thématiques
11 11 juillet 2007	Chambre de Commerce	Séance académique
12 4 au 5 septembre 2007	Herning, Danemark	Salon de coopération avec matchmaking
13 20 septembre 2007	Düsseldorf, Allemagne	Visite accompagnée dans le cadre du projet européen Interreg-Piaste II
14 3 au 4 octobre 2007	Brno, Tchéquie	Salon de coopération avec matchmaking
15 8 au 10 octobre 2007	Dublin, Irlande	Visite de foire dans le cadre du projet européen Interreg IIIB/Stimutran-sme
16 11 octobre 2007	Chambre de Commerce	Conférence
17 24 octobre 2007	Liège, Belgique	Matchmaking
18 6 au 8 novembre 2007	Maastricht, Pays-Bas	Visite de foire dans le cadre du projet européen Interreg IIIB/Stimutran-sme
19 7 novembre 2007	Chambre de Commerce	Workshop
20 6 au 7 novembre 2007	Jönköping, Suède	Salon de coopération avec matchmaking
21 20 au 22 novembre 2007	Luxexpo	Forum d'affaires avec rencontres bilatérales et exposés thématiques dans le cadre du projet européen Interreg IIIB/Stimutran-sme
22 21 novembre 2007	Stuttgart, Allemagne	Salon de coopération avec matchmaking dans le cadre du projet européen Interreg IIIB/Stimutran-sme

par l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI

Manifestation	Public cible
Salon à l'Envers: une plate-forme de rencontres «b2b» entre donneurs d'ordres et fournisseurs de la Grande Région	Multisectoriel / Acheteurs-Fournisseurs
Biotrinity: la première plate-forme de rencontres entre entreprises des biotechnologies et du secteur médical	Biotechnologies, médical, soins de santé
Hannover Messe dans le cadre des activités «b2fair»	Industrie / Transformation des métaux / Innovation
Fit for fairs: Stratégies pour la rentabilisation de votre participation aux foires	Multisectoriel
REACH: La nouvelle réglementation concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques ainsi que les restrictions applicables à ces substances	Multisectoriel (en collaboration avec le CRTE et la FEDIL)
Roumanie et Bulgarie	Entreprises intéressées à s'implanter dans ces pays
Industrial Maintenance 2007: salon sur les techniques d'entretien, techniques de nettoyage et restauration d'immeubles anciens	Multisectoriel
Futurallia: Forum International de Développement des Entreprises	Multisectoriel
Slovaquie	Entreprises intéressées à s'implanter dans ce pays
Journée de l'Internationalisation: les thèmes abordés seront les marchés publics, les partenariats stratégiques, le détachement de travailleurs, la propriété intellectuelle, ...	Multisectoriel
Anniversaire : L'EIC fête ses 20 ans	Multisectoriel
HI Fair: la foire de référence pour les industries en Scandinavie Visite dans le cadre des activités «b2fair»	Automobile, électronique, logistique, IT, transformation, innovation, outillage et nettoyage
A+A : foire internationale de l'équipement de sécurité personnelle et au travail	Santé et sécurité
MSV-International Engineering Fair/Visite dans le cadre des activités «b2fair»	Machinerie, automation et biens d'équipement
SHOP: 2 ^e édition du salon le plus complet d'Irlande pour les détaillants et les professionnels de l'Horeca	Détaillants, alimentaire et boissons
Normalisation et marquage CE: Des spécialistes luxembourgeois et étrangers vous présenteront les différentes normes et obligations en matière de marquage CE à respecter lorsque l'on crée un produit, qu'on le distribue ou qu'il devient un déchet	Multisectoriel
ICT Matching Day: La journée de matchmaking au sein du salon «Initiatives» à ne pas rater si vous souhaitez rencontrer des partenaires potentiels dans le domaine des TIC	Multisectoriel
Stainless Steel: Un événement majeur pour la formation et l'échange d'expériences pour les professionnels de la corrosion et des matériaux	Métallurgie, acier
Fit for fairs: Stratégies de marketing et conception de stands d'exposition	Multisectoriel
ELMIA: Le plus grand salon d'Europe du Nord consacré à la sous-traitance industrielle. Visite dans le cadre des activités «b2fair»	Sous-traitance industrielle
Forum de l'Entreprise 2007: La plateforme de rencontres entre entreprises de la Grande Région et au-delà dans le cadre du Salon «Contact+»	Multisectoriel
Multinational Matchmaking Automotive suppliers: L'événement international de matchmaking pour les entreprises du secteur automobile, qu'elles soient fournisseurs ou sous-traitants	Automobile



CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI: Abonnez-vous à notre newsletter EIC

Cette année, l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI fêtera également ses 20 ans. Nous vous invitons à fêter cet anniversaire avec nous, puisque c'est grâce à vous et pour vous que nous existons depuis bientôt 20 ans.

Pour de plus amples renseignements sur l'organisation pratique de l'ensemble de ces manifestations, l'Euro Info Centre–Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce se tient à votre entière disposition par e-mail (eic@cc.lu), par téléphone (+352 42 39 39-333) ou par fax (+352 43 83 26).

N'attendez plus et manifestez dès maintenant votre intérêt en consultant notre site web: www.eicluxembourg.lu. Celui-ci est régulièrement mis à jour avec toutes les informations pratiques concernant les différents événements que nous organisons.

Pensez aussi à vous inscrire à notre newsletter électronique, via notre site ou en remplissant le talon-réponse ci-dessous. Vous serez ainsi informés des dernières actualités européennes et de l'agenda de nos prochaines manifestations.

Bon de commande

à remplir à la machine ou en lettres majuscules

Entreprise: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Fonction: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____ @ _____

souhaite recevoir la newsletter électronique de l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI

est intéressé(e) en particulier par les manifestations suivantes et souhaite dans ce cadre être contacté(e) par l'EIC (merci de cocher):

- | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| <input type="checkbox"/> 11 | <input type="checkbox"/> 12 | <input type="checkbox"/> 13 | <input type="checkbox"/> 14 | <input type="checkbox"/> 15 |
| <input type="checkbox"/> 16 | <input type="checkbox"/> 17 | <input type="checkbox"/> 18 | <input type="checkbox"/> 19 | <input type="checkbox"/> 20 |

Par la présente, je donne mon accord pour que les informations mentionnées ci-dessus soient utilisées, exclusivement par la Chambre de Commerce, pour me tenir informé(e) des manifestations qui y sont organisées.

Signature: _____

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International – Affaires Européennes
Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI

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

www.eicluxembourg.lu



**Pour votre activité
professionnelle,
testez-nous !**

Getting you there.

FORTIS 

**Une équipe de
conseillers spécialisés
à votre service**

Une offre résolument plus adaptée aux besoins des professionnels :
financement, trésorerie, gestion de patrimoine professionnel ou privé.
Profitez des solutions financières sur mesure élaborées pour vous !
Contactez Jean-Paul Wolff au (+352) 42 42-49 39. www.fortisbanque.lu

PME | Professions libérales | Indépendants



PROGRAMME DE FORMATION AVRIL-MAI 2007

INTITULÉ	DATES	HORAIRE	PRIX
RESSOURCES HUMAINES			
CF La planification stratégique des ressources humaines	19, 20/4/2007	8.30 - 17.00	450 €
	21/4/2007	8.30 - 12.30	
CF Le processus de recrutement, de sélection et d'intégration	10, 11/5/2007	8.30 - 17.00	450 €
	12/5/2007	8.30 - 12.30	
FORMATION			
S Elaborer le cahier des charges d'un projet de formation	21, 22/5/2007	8.30 - 17.00	350 €
MARKETING ET COMMERCIAL			
S Accueillir et vendre en magasin	18/4/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Kundenservice am Telefon	8/5/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Programmation, développement et mise en œuvre du plan de communication	8/5/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Optimisez la relation avec vos clients	21/5/2007	8.30 - 17.00	400 €
	22/5/2007	8.30 - 12.00	
	13/6/2007	8.30 - 17.00	
S E-mail marketing	24, 25/5/2007	8.30 - 17.00	300 €
ACHATS ET LOGISTIQUE			
S Comment rédiger et gérer les appels d'offres	18/4/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Comment analyser et comparer les offres	25/4/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Rendez vos achats plus performants	22/5/2007	8.30 - 17.00	175 €
SÉCURITÉ ET ENVIRONNEMENT			
CF La protection de l'eau et les substances dangereuses	18/4/2007	8.30 - 17.00	225 €
CF L'aménagement du territoire et la protection de la nature	25/4/2007	8.30 - 17.00	225 €
S Sécurité-incendie: chargé d'évacuation	23/5/2007	13.00 - 17.00	140 €
DROIT			
S Droit des successions et des donations	18, 20, 23/4/2007	18.30 - 20.30	150 €
S Fin du contrat de travail	18/4/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Recouvrement judiciaire des créances	18/4/2007	18.30 - 20.30	50 €
GESTION COMPTABLE ET FINANCIÈRE			
S Initiation aux normes comptables internationales IAS/IFRS	Angl.: 19, 26/4 et 3/5/2007	8.30 - 12.30	250 €
S Comment définir la valeur de mon entreprise? Céder ou reprendre, mais à quel prix?	19/4/2007	9.00 - 16.00	150 €
CF Comptabilité analytique et contrôle de gestion	23, 24/4/2007	8.30 - 17.00	425 €
S Analyse financière, contrôle de gestion et contrôle interne	8, 9/5/2007	8.30 - 17.00	300 €
S Connaître et employer les Incoterms	Fr.: 10/5/2007	8.30 - 17.00	175 €
	Angl.: 11/5/2007	8.30 - 17.00	
CF La politique d'investissement	24, 25/5/2007	8.30 - 17.00	425 €
ORGANISATION ET EFFICACITÉ PERSONNELLE			
S Managers: développez votre potentiel	26, 27/4/2007	8.30 - 17.00	350 €
S Techniques de lecture rapide	11, 12/5/2007	8.30 - 17.00	300 €
RELATIONS PROFESSIONNELLES			
S Secrétaires efficaces	10, 11, 24/5/2007	8.30 - 17.00	500 €
S Savoir gérer un projet	15, 16/5/2007	8.30 - 17.00	350 €
INNOVATION			
CF Innover en termes de process (innovation organisationnelle)	17/4/2007	13.00 - 18.30	150 €
CF Développer de nouveaux produits ou services (partie 1)	8/5/2007	13.00 - 18.30	150 €
CF Développer de nouveaux produits ou services (partie 2)	22/5/2007	13.00 - 18.30	150 €
COMMUNICATION ÉCRITE ET ORALE			
S Comment récupérer efficacement ses créances par téléphone?	19/4/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Affirmez-vous au quotidien	23, 24/4/2007	9.00 - 17.00	350 €
S Besprechungen zeitsparend und erfolgreich führen und moderieren	24, 25/4/2007	8.30 - 17.00	350 €
S Trainieren Sie Ihre Schlagfertigkeit	9/5/2007	8.30 - 17.00	175 €
S Communication orale en face-à-face et dans un groupe	12, 26/5/2007	8.30 - 17.00	300 €
BUREAUTIQUE			
S Initiation à Power-Point	18/4/2007	8.30 - 17.00	200 €
S Initiation à Word	16, 17/4/2007	8.30 - 17.00	390 €
LANGUES			
AWTP Advanced Business English course (16 soirées)	23/4/2007-20/6/2007	18.30 - 20.30	200 €

S=Séminaire (organisé en partenariat avec la Chambre des Métiers et l'OLAP) CF=Cycle de formation modulaire AWTP=After Work Training Program

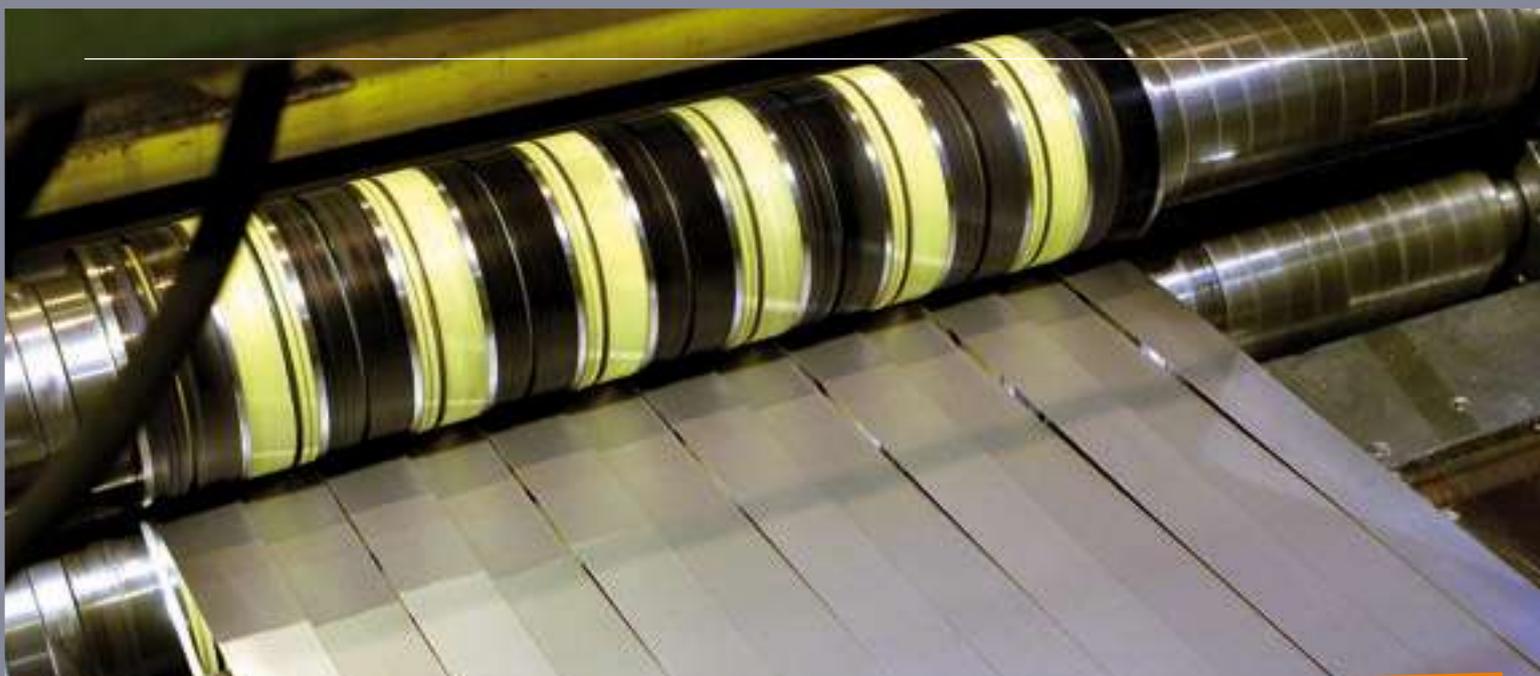
Pour tout renseignement complémentaire, veuillez vous adresser à:
Institut de Formation de la Chambre de Commerce

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

I F C C
Institut de Formation
de la Chambre de Commerce

FORMATION SECTORIELLE « INDUSTRIE 2007 »



INFORMATIONS ONLINE WWW.IFCC.LU

PARTIE «TECHNIQUE»	DURÉE	LANGUE	LIEU DE FORMATION	LOCALITÉ
HYDRAULIQUE	10 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
PNEUMATIQUE	6 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
HYDRAULIK	5 jours	Allemand	Festo Lernzentrum	St. Ingbert (Sarre)
PNEUMATIK	5 jours	Allemand	Festo Lernzentrum	St. Ingbert (Sarre)
INSTANDHALTUNG UND WARTUNG IN DER STEUERUNGSTECHNIK	4 jours	Allemand	Festo Lernzentrum	St. Ingbert (Sarre)
SIEMENS AUTOMATES PROGRAMMABLES S7 : PARTIE A	5 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
SIEMENS AUTOMATES PROGRAMMABLES S7 : PARTIE B	5 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
SIEMENS AUTOMATES PROGRAMMABLES S7 : PARTIE C	5 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
SIEMENS AUTOMATES PROGRAMMABLES S7 : PARTIE A	5 jours	Allemand	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
SIEMENS AUTOMATES PROGRAMMABLES S7 : PARTIE B	5 jours	Allemand	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
SIEMENS AUTOMATES PROGRAMMABLES S7 : PARTIE C	5 jours	Allemand	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
SIMATIC WINCC FLEXIBLE	4 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
SIMATIC WINCC FLEXIBLE	4 jours	Allemand	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
COMPUTERIZED NUMERICAL CONTROL (CNC) : TOURNAGE	5 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette
COMPUTERIZED NUMERICAL CONTROL (CNC) : FRAISAGE	5 jours	Français	Centre National de la Formation Professionnelle Continue	Esch-sur-Alzette

PARTIE «MANAGEMENT OPÉRATIONNEL»	DURÉE	LANGUE	LIEU DE FORMATION	LOCALITÉ
AGENT DE MAÎTRISE	30 jours	Français	Centre de Formation de la Chambre de Commerce	Luxembourg
MAINTENANCE DES ÉQUIPEMENTS DE PRODUCTION	4 jours	Français	Centre de Formation de la Chambre de Commerce	Luxembourg
MANAGEMENT DU PROCÉDÉ DE FABRICATION	6 jours	Français	Centre de Formation de la Chambre de Commerce	Luxembourg
GESTION DE PROJETS D'INNOVATION	8 jours	Français	Centre de Formation de la Chambre de Commerce	Luxembourg
MISE EN PLACE ET SUIVI DE LA NORME ISO 14001	2 jours	Français	Centre de Formation de la Chambre de Commerce	Luxembourg
MISE EN PLACE ET SUIVI DU RÉFÉRENTIEL OHSAS 18001	2 jours	Français	Centre de Formation de la Chambre de Commerce	Luxembourg

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS, N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER:
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

I F C C
Institut de Formation
de la Chambre de Commerce



Obtention de l'accréditation AACSB

Sacred Heart University désormais parmi les plus prestigieuses au monde



C'est décidément une belle année qui commence pour Sacred Heart University. Depuis janvier 2007, l'Université est en effet entrée dans le cercle très fermé des Universités possédant l'accréditation AACSB.

■ L'ISO des Universités...

Les normes de qualité sont de plus en plus répandues et permettent à une entreprise, une organisation et même aux voitures de donner un élément de confiance à ses consommateurs, utilisateurs. Pour les entreprises, la norme ISO (International Organization for Standardization – Organisation Internationale de Normalisation) fait référence. Pour les Universités et Ecoles de Commerce, la référence en terme de label de qualité, ou accréditation, est remise par un organisme international appelé AACSB. Association of Advance Collegiate Schools of Business. Cet organisme, fondé en 1916, s'est longtemps cantonné aux

Etats-Unis avant de s'internationaliser, d'abord au Canada (1995), puis dans le reste du monde (1997). Il est considéré comme le plus prestigieux des organismes d'accréditation.

540 Universités au monde... dont seulement 11 en France, 3 en Belgique et 3 en Allemagne.

Ce club des universités accréditées dont font partie Harvard, Yale, Stanford, INSEAD et maintenant Sacred Heart University, ne compte que très peu de membres.

Sacred Heart University est la première et seule université américaine accréditée AACSB à délivrer des diplômes entièrement enseignés à Luxembourg.

■ Quels en sont les bénéfices?

Pour les étudiants, le bénéfice d'une accréditation est important car elle permet de mettre en valeur le diplôme obtenu. La reconnaissance du diplôme est ainsi simplifiée et valorisée; cela permet en outre aux diplômés d'avoir une reconnaissance nationale mais également internationale. Les étudiants de l'Université accréditée seront également certains de suivre des cours de qualité. En effet, l'accréditation est seulement délivrée après un audit complet de l'Université. 21 critères d'analyse sont ainsi évalués dont:

- Mission de l'Université ou Ecole de Commerce
- Objectifs
- Politique d'admission
- Ouverture internationale
- Qualité du personnel enseignant et administratif
- Ressources bibliothécaires, informatiques et financières
- Innovation sur le plan pédagogique et, surtout, sur le plan de la qualité et du contenu des programmes d'enseignement et de recherche

Par ailleurs, dans un système éducatif où le terme MBA est très à la mode mais par conséquent très répandu, cela permet aux recruteurs d'évaluer rapidement la qualité d'un programme. L'accréditation est valable 5 ans; le comité AACSB effectue une réévaluation complète de l'institution d'enseignement à la fin de chaque quinquennat. Cette accréditation est volontaire et seules les Universités se portant candidates à cette accréditation peuvent avoir l'espoir de la recevoir.

A noter qu'il existe d'autres accréditations dont EQUIS (European Quality Improvement System – label européen), ou encore AMBA (Association of MBAs – label britannique).

Pour plus d'information sur cette accréditation, visitez www.aacsb.edu. ■

EARNED EXCELLENCE



THE BEST BUSINESS SCHOOLS
IN THE WORLD

Prochaines sessions de formation (MBA & CERTIFICATS)

- **Managerial Economics** (Avril)
Professeur: Dr. Alfred Steinherr
Chef Economiste à la Banque Européenne d'Investissement
- **Entrepreneurship** (Avril)
Professeur: Hedda Pahlson-Moller
Managing Director, Evalueserve
- **Leadership & Ethics** (Mai)
Professeur: Dr. Steven Brown
Doyen du John F. Welch College of Business

Portes Ouvertes – Mercredi 7 mars 2007

Profitez de ces portes ouvertes pour rencontrer Professeurs, étudiants et conseillers de Sacred Heart University. A cette occasion, Dr. Petra Garnjost, Directeur, et Dr. Mary Trefry, Chair of Management, présenteront les activités et derniers développements de l'Université. Horaire: à partir de 17h00.

Conférence – Mercredi 14 mars 2007

Sacred Heart University, en partenariat avec l'IFCC, vous invite à participer à sa prochaine conférence sur le thème «Laws governing access to foreign markets».

Dr. Michael Larobina, Juris Doctor, Avocat et Professeur à Sacred Heart University, abordera le sujet des barrières techniques, des licences ou encore des procédures à l'importation. Conférence gratuite sur simple inscription. Horaire: 18h30-20h00.

Pour tout renseignement concernant les formations et événements à venir, contactez Antoine Rech, Development Manager – recha@sacredheart.edu – Tel.: (352) 22 76 13-31 ou visitez www.shu.lu.

Kooperationsabkommen

SNCI fördert Vermarktung von Forschungsprojekten der Universität Luxemburg

Der Präsident der „Société Nationale de Crédit et d'Investissement“ (SNCI) Gaston Reinesch, Universitätsrektor Prof. Dr. Rolf Tarrach sowie Raymond Kirsch, Präsident des „Conseil de Gouvernance“ der Universität, haben gestern ein Kooperationsabkommen über die „Facilité Université du Luxembourg et CRP“, in den Räumen der SNCI unterzeichnet. Dadurch wird das Kreditangebot, das bereits für die öffentlichen Forschungszentren (CRP) des Landes besteht, auf die Universität ausgedehnt.

Ziel der „Facilité Université du Luxembourg et CRP“ ist es, junge Kleinunternehmen, deren Produkte oder Dienstleistungen aus Forschungsprojekten der Universität Luxemburg hervorgehen, durch eine Teilfinanzierung der Anlaufkosten zu unterstützen.

Es sei im Interesse der wirtschaftlichen Entwicklung des Großherzogtums, Gründung und Entwicklung von Start-Ups zu fördern, deren Produkte oder Dienstleistungen an der Universität entwickelt wurden, erklärt die SNCI in dem Abkommen. Voraussetzung ist, dass die Universität diesen



SNCI-Präsident Gaston Reinesch, Raymond Kirsch, Präsident des „Conseil de Gouvernance“ der Universität Luxemburg sowie Rektor Prof. Dr. Rolf Tarrach

neuen Produkten oder Dienstleistungen aufgrund ihres technologischen Niveaus reale Erfolgchancen auf dem Markt einräumt.

Das Instrument richtet sich an neu gegründete Kleinunternehmen, die gemäß EU-Definition weniger als zehn Mitarbeiter haben, weniger als zwei

Millionen Euro Umsatz machen und nicht durch Beteiligungen von 25 Prozent oder mehr an größere Unternehmen gebunden sind.

Etablierte Unternehmen sind von der Förderung ausgeschlossen. Mit Hilfe der SNCI können junge Firmen so zum Beispiel Produktionsräume,

Maschinen, Lizenzen, Software oder Businesspläne finanzieren.

Bei der „Facilité Université du Luxembourg et CRP“ handelt es sich um

einen mit attraktiven Konditionen versehenen Kredit, der auch eine Risikoteiligung der SNCI einschließt. Dieses Instrument erweitert die Produktpa-

lette, mit der die SNCI luxemburgische Unternehmen in ihren Investitionsprojekten unterstützt. ■

Formations organisées par l'INFPC

Cofinancement de la formation professionnelle continue en entreprise

Contribuer à la structuration des systèmes de formation professionnelle continue tout en permettant aux entreprises de bénéficier d'une aide de l'Etat à hauteur de 10 % net d'impôt de l'investissement annuel en formation, telle est la visée de la législation ayant pour objet le soutien et le développement de la formation professionnelle continue.

L'Institut National pour le développement de la Formation Professionnelle Continue (INFPC) propose aux entre-

prises une formation d'une journée sur le thème des conditions et modalités d'accès à l'aide financière en matière de formation professionnelle continue. A l'issue de la formation, les participants seront en mesure de remplir, en bonne et due forme, les différents formulaires d'accès au cofinancement (demande d'approbation, rapport final et bilan annuel).

Cette formation – à orientation pratique – s'adresse à toute personne en charge de l'organisation, de la mise en

œuvre, du suivi et de l'évaluation de la formation professionnelle continue dans l'entreprise.

Les prochaines sessions sont programmées les 10 avril et 8 mai 2007. La langue de travail est le français. L'inscription en ligne peut se faire sur le site www.infpc.lu ou sur le portail www.lifelong-learning.lu. Pour de plus amples informations, contactez Claude Betzen à l'INFPC, par téléphone au 46 96 12-214.

(Communiqué par l'INFPC) ■

METZ

Parc des Expositions - 27-28-29 mars 2007

Salon Centre Européen de la Sous-Traitance, de la Fourniture et des Services Industriels



PROCEED

Prenez rendez-vous
avec l'Europe Industrielle
pour le "nouveau" PROCEED...

Mardi 27 mars : de 9h à 18h
Mercredi 28 mars : de 9h à 20h
Jeudi 29 mars : de 9h à 17h

PROCEED - BP 63456-F-54015 NANCY Cedex
Téléphone : + 33 (0)3 83 37 13 26
+ 33 (0)3 83 36 71 64
Télécopie : + 33 (0)3 83 32 56 18

www.proceedexpo.com - info@proceedexpo.com



QUIZ MERKUR

LE QUIZ DU MERKUR

Chaque mois, la Chambre de Commerce vous invite à tester vos connaissances sur les thèmes économiques les plus divers en participant au quiz mensuel du Merkur. Les lecteurs attentifs trouveront toutes les réponses aux questions dans l'édition courante du magazine. Un tirage au sort sera organisé parmi tous les participants ayant trouvé les bonnes réponses. Le prix à gagner est une formation gratuite à choisir dans l'offre de formation de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC) et un DVD de la Chambre de Commerce comprenant un documentaire sur le Grand-Duché et un concert de l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg.

1.

Une déclaration d'intention a été signée le 29 février 2000 entre les maires des quatre capitales de la Grande Région afin de constituer un réseau intercommunal transfrontalier opérant sous l'appellation «Quattropole».

Quelles sont les 4 villes qui participent au «Quattropole»?

- Luxembourg, Metz, Sarrebruck et Trèves
- Luxembourg, Nancy, Sarrebruck et Trèves
- Luxembourg, Metz, Arlon et Trèves

2.

La Commission européenne vient de lancer un site web interactif où les parties prenantes, notamment les entreprises, les associations professionnelles et les investisseurs, peuvent poser des questions au sujet de la MiFID.

Que se cache-t-il derrière l'acronyme MiFID?

- Mutualité Internationale de Financements Directs
- Directive concernant les marchés d'instruments financiers
- Marché International des Fonds d'Investissements Dérivés

3.

L'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI (EIC) de la Chambre de Commerce organise chaque année une multitude de manifestations, séminaires et visites accompagnées dans le but de sensibiliser et de préparer les petites et moyennes entreprises luxembourgeoises au marché européen et à ses opportunités.

Laquelle des ces villes ne figure pas sur le calendrier de manifestations 2007 de l'EIC?

- Oxford (Grande-Bretagne)
- Brno (Tchéquie)
- Ankara (Turquie)

Pour participer au tirage au sort et gagner est une formation gratuite à choisir dans l'offre de formation de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC) et le DVD de la Chambre de Commerce comprenant un documentaire sur le Grand-Duché et un concert de l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg, il suffit de renvoyer ce questionnaire dûment rempli par fax au +352 43 83 26 (Rédaction Merkur).

Nom

Prénom

Adresse

Code postale

Localité

Téléphone

E-mail

Gagnante du quiz de l'édition Merkur 1/2007: Mme Carmen Richardy (Bridel)

Support aux jeunes entreprises innovantes

Luxinnovation rejoint le réseau européen des **Business and Innovation Centres (BIC)**



Le centre ecostart situé à Foetz offre des locaux industriels et des bureaux pour les jeunes entreprises

Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, vient de rejoindre le réseau européen des Business and Innovation Centres (BIC) qui regroupe plus de 200 organisations acti-

ves dans le domaine du support aux jeunes entreprises innovantes.

Ce réseau, créé en 1984, est géré par EBN, une Asbl basée à Bruxelles, et bénéficie du soutien de la Commission européenne.

L'adhésion à ce réseau est une nouvelle reconnaissance du rôle joué par Luxinnovation dans le domaine de la création d'entreprises innovantes. Elle lui permettra de faire profiter les entrepreneurs luxembourgeois des meilleures pratiques identifiées au niveau européen.

Luxinnovation intensifie de manière continue ses services en faveur des créateurs d'entreprises innovantes et des jeunes entreprises en leur offrant un accompagnement global et structuré qui comprend notamment:

- une mise en contact avec les acteurs institutionnels, économiques et scientifiques pertinents;
- une assistance pour les formalités administratives;
- des conseils en matière de business planning (incluant notamment le concours interrégional de plans d'affaires 1, 2, 3, Go);
- une assistance pour le financement des jeunes entreprises que ce soit à travers des aides publiques ou l'appel à des investisseurs privés (business angels);
- un hébergement dans le centre ecostart situé à Foetz qui offre des locaux industriels ainsi que des surfaces de bureaux. ■

Pour plus de renseignements sur le réseau BIC ainsi que sur la création d'entreprises innovantes, veuillez contacter: Mme Isabelle SCHLESSER

Tél.: +352 43 62 63-1 • e-mail: isabelle.schlessler@luxinnovation.lu

Consultez également le site officiel du «European BIC Network»

(<http://www.ebn.be>) et la rubrique

«Créer une entreprise innovante»

sur le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche,

www.innovation.public.lu

Création d'un Comité supérieur de la Recherche et de l'Innovation au Luxembourg

Le 26 janvier dernier, le Conseil de gouvernement a donné son feu vert pour la création d'un Comité supérieur de la Recherche et de l'Innovation. En effet, suite à l'étude-évaluation du système luxembourgeois de la recherche et de l'innovation dont le gouvernement avait chargé l'OCDE, des conclusions furent présentées en mai 2006.

Parmi les recommandations, le rapport de l'OCDE proposait de créer ce «Comité supérieur de la Recherche et de l'Innovation» qui sera désormais coprésidé par le ministre de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et le ministre de l'Économie et du Commerce extérieur.

En fonction des sujets traités, un ou plusieurs autres membres du gouvernement pourront être associés aux travaux du comité.

■ Développer une politique nationale cohérente

Ce comité sera chargé de contribuer à la formulation et au développement d'une politique nationale cohérente et efficace en matière de recherche et d'innovation et de conseiller le gouvernement en matière de mise en œuvre de cette politique à court, moyen et long terme. Dans cette optique, le comité élaborera notamment des propositions d'objectifs stratégiques, de priorités nationales de recherche ainsi que d'instruments pour la mise en œuvre des politiques nationales en faveur de la recherche et de l'innovation.

Dans une première étape, il est prévu d'établir ce comité comme une structure provisoire. Après une phase exploratoire de 5 à 6 ans, l'instrument devrait être soumis à une analyse critique à la suite de laquelle le comité pourra être confirmé comme structure permanente et être établi

sur la base d'un cadre réglementaire plus formel. En attendant, il est proposé de procéder à sa création par le biais d'une décision du gouvernement réuni en conseil.

Le comité sera composé des ministres de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et de l'Économie et du Commerce extérieur, de professionnels issus du monde de la science, d'hommes d'affaires luxembourgeois et de personnalités luxembourgeoises représentatives.

Dans le cadre des actions luxembourgeoises en faveur de la promotion de la recherche et de l'innovation, Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, joue également un rôle important. L'Agence informe et conseille les entreprises, centres de recherche et porteurs de projets sur les différents instruments dont ils disposent. ■

Pour plus de renseignements sur les activités de R&D au Luxembourg, contactez:
Luxinnovation GIE, 7 rue Alcide de Gasperi, L-1615 Luxembourg
tél.: +352 43 62 63-1 • e-mail : info@luxinnovation.lu • www.luxinnovation.lu

Gestion de projets d'innovation: de nouvelles formations adaptées aux besoins des PME

Afin d'aider les entreprises, et plus particulièrement les PME, à se différencier de la concurrence, Luxinnovation a mis en place – en collaboration avec l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce

et la Chambre des Métiers – un cycle de formations sur la gestion de projets d'innovation. En effet, pour innover, l'entreprise a non seulement besoin de compétences technologiques mais également de ressources humaines formées

aux spécificités du processus d'innovation et maîtrisant la gestion de tels projets.

Après un premier module sur «la prise de conscience de la capacité d'innovation», les deux prochaines forma-



tions permettront d'aider et d'orienter les entreprises pour améliorer leurs démarches d'innovation:

■ **Module 2:**
S'organiser pour innover

Lors de cette formation, les intervenants analyseront des cas réels d'entreprise et adopteront avec les participants une démarche similaire à celle qu'ils utilisent auprès de leurs clients. Grâce à des exemples concrets et à la présentation et à la démonstration de l'audit innovation AIDI (aide au diagnostic innovation) Innonet, les participants apprendront les bases de la gestion de projets d'innovation: le diagnostic. A l'issue de ce module, les participants disposeront d'un outil d'analyse sys-

témique (le modèle MOST) qui permet de rendre plus visible l'avantage concurrentiel que représente l'innovation pour les entreprises.

Date: Mardi 20 mars 2007
de 13h00 à 18h30
Lieu: Institut de Formation de la
Chambre de Commerce
du Luxembourg

Intervenants:

François ISSLER: fondateur dirigeant de IMC Consulting, cabinet spécialisé dans la stratégie, le développement et l'innovation. Responsabilités pendant plus de 20 ans pour groupes internationaux.
Frédéric JADOT: docteur en psychologie des processus cognitifs. Ergonomie et psychologie de l'innovation. Créateur et gérant de la société J2B Conseil, méthodes et management de l'innovation.

■ **Module 3:**
Innover en termes de process (innovation organisationnelle)

Les innovations organisationnelles sont majoritairement introduites suite à un repositionnement des activités d'une entreprise ou au développement de nouveaux produits ou services. Réussir ces mutations nécessite donc de travailler sur plusieurs registres tels que l'orga-

nisation des flux, mais aussi le management.

La formation suivra le programme suivant:

1. L'innovation organisationnelle pour s'adapter à un nouveau positionnement d'activité;
2. L'innovation organisationnelle pour améliorer la rentabilité de l'entreprise;
3. Définir et mettre en œuvre sa stratégie de changement.

Date: Mardi 17 avril 2007
de 13h00 à 18h30
Lieu: Institut de Formation de la
Chambre de Commerce
du Luxembourg

Intervenant:

Bruno MANIERE: titulaire d'une maîtrise de sociologie des organisations de l'Université de Nancy II. Diplômé de l'Institut Français de Gestion, cycle ICG. Créateur de Praxis SA depuis 2000.

Une inscription par module s'élève à 150 EUR, les frais d'inscription au cycle de formation complet de 8 modules (mars-juillet) revient à 950 EUR.

Pour connaître le détail des différents modules proposés lors de ce cycle, veuillez visiter le site de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce, www.ifcc.lu ou la rubrique «Actualités» du site www.luxinnovation.lu. ■

Pour plus de renseignements sur ce cycle de formations ou sur l'innovation organisationnelle, veuillez contacter:
Mme Isabelle SCHLESSER • tél.: +352 43 62 63-1 • e-mail: isabelle.schlessler@luxinnovation.lu ou
M. Ian CRESSWELL • tél.: +352 43 62 63 1 • e-mail: ian.cresswell@luxinnovation.lu

European Space Agency

2nd ESA CALL FOR IDEAS in the frame of Luxembourg's Industry Incentive Scheme: open until March 30, 2007



Luxembourg became the 17th member country of the European Space Agency in June 2005, following the ratification of the ESA Convention. The transi-

tional measures aim at adapting Luxembourg's industry to the Agency requirements.

The ESA-Luxembourg Task Force has a programmatic role and advises the

General Director of ESA on the implementation of the transitional measures. Delegates from both ESA and Luxembourg compose the Task Force.

In the frame of these transitional measures, **contracts will be placed with Luxembourg firms, institutions and universities.**

For this purpose the ESA-Luxembourg Task Force is issuing a 2nd Call for ideas for all technical domains perti-

nent to the work of ESA covering activities that:

- have a future potential in the frame of ESA activities or programmes (no "single-shot" activities will be considered);
- address specific niche markets (no competitive products available elsewhere in Europe or when a second source would be an asset);

- provide the resources to enable Luxembourg industry/institutes to enter normal ESA procurement;
- foster the establishment of strong and long-term relations between Luxembourg firms and well-established European space firms.

The Call is addressed only to Luxembourg companies or research Organizations. ■

For further information and assistance to submit a proposal on this particular Call or ESA Activities in Luxembourg, please contact:

Mr Jean TRIMBOUR – Luxinnovation EIG • tel.: +352 43 62 63-1 • e-mail: jean.trimbour@luxinnovation.lu

All details and downloadable documents are available under "All Spotlights" on www.innovation.public.lu

17 et 18 avril 2007

Luxinnovation invite les entreprises à participer au «**Bokerage Event**» de la Foire d'Hanovre 2007

Depuis 60 ans, la Foire d'Hanovre est une des manifestations internationales les plus importantes en matière de nouvelles technologies. Cette foire se tiendra du 16 au 20 avril et accueillera sur cette période des entreprises issues de tous les domaines technologiques.

Cette année, pour la sixième fois, l'IRC (Innovation Relay Center) Niedersachsen-Sachsen Anhalt organisera deux grandes manifestations de transfert de technologies durant cette foire,

les 17 et 18 avril 2007. Le but de ce Brokerage Event est d'initier des partenariats entre les entreprises, les laboratoires publics et les universités au niveau régional mais aussi européen. Les domaines technologiques majoritairement représentés au cours de cet événement concerneront les «Automation and Process Engineering».

En tant que point de contact IRC pour le Luxembourg, Luxinnovation invite les entreprises intéressées à participer à cette manifestation et leur pro-



pose d'organiser des rendez-vous individuels entre les partenaires potentiels selon leurs besoins et leurs emplois du temps. ■

Si vous désirez obtenir des informations complémentaires sur ce Brokerage Event ou sur les prestations du réseau IRC, contactez:

M. Arnaud DUBAN – Luxinnovation GIE • tél.: +352 43 62 63-1 • e-mail: arnaud.duban@luxinnovation.lu

concept

INTERIOR DESIGN

**Office
Full
Service**

Planification
et vente
de meubles
de bureau



www.concept.lu

Tel. 26 95 74 44

Forum

Forum Entrepreneurship Interregional in Schloss Munsbach



Im Rahmen des Interreg IIIa Projektes „Courage Entrepreneurship Interregional“ organisierte das Institut Universitaire International Luxembourg kürzlich mit Unterstützung der Courage Projektpartner ein interregionales Forum zum Thema Entrepreneurship in der Großregion.

Das Projekt „Courage – Entrepreneurship Interregional“ wurde von den Schlussfolgerungen des Europäischen Rates von Lissabon 2000 abgeleitet, worin „die Notwendigkeit der Schaffung eines günstigen Umfeldes für die Gründung und Entwicklung innovativer Unternehmen“ genannt ist. Wie diese Resolution in den hiesigen Grenzraum einwirken kann, steht im Mittelpunkt der Überlegungen und Ansätze der Projektbeteiligten aus Deutschland und Luxemburg. Ihr gemeinsamer Schwerpunkt liegt darin, im Rahmen der beruflichen und universitären Ausbildung verstärkt Weiterbildungsmöglichkeiten in den Bereichen Unternehmensgründung, Unternehmensentwicklung und Unternehmensübernahme anzubieten. Das Projekt ist grenzüberschreitend konzipiert und koordiniert.

Das Projekt beinhaltet folgende Aktivitäten:

- Für den Bereich der Unternehmensgründung wird ein Interregionaler Gründercup veranstaltet, bei dem Studentengruppen aus den beteiligten Teilregionen gegeneinander antreten und an einem computersi-

mulierten Gründungswettbewerb teilnehmen.

- Die „Summer School“ während der vorlesungsfreien Zeit bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, innerhalb einer Woche Basiskompetenzen zur Planung und Gründung von Unternehmen zu erwerben.
- Das „Nachdiplom in Unternehmensführung“, ein modular aufgebautes neunmonatiges Studium für Führungskräfte.
- Für den Bereich der Unternehmensnachfolge wurde ein modular aufgebautes Training zur Vermittlung von Basiskompetenzen für die Konzeption eines tragfähigen Übernahmeplanes für potentielle Unternehmensnachfolger und -übernehmer konzipiert (Next Generation).
- Außerdem wird im Rahmen von Courage ein MBA Konzept für Entrepreneurship und Internationalisierung der Unternehmen entwickelt.

Folgende Themen wurden während des Forums Entrepreneurship Interregional behandelt:

- Im Rahmen des Forums wurde erstmals das Weiterbildungsstudium „Nachdiplom in Unternehmensführung“ vorgestellt. Diese Schulung richtet sich an Führungskräfte, die ihre Kompetenzen in Unternehmensführung ausbauen und weiterentwickeln wollen. Die Teilnehmer sollten in kleinen/mittelständischen

Unternehmen, in Unternehmenseinheiten größerer Unternehmen oder in öffentlichen Institutionen in einer Führungsposition tätig sein.

- Auch die Internetplattform „www.courage-entrepreneurship.eu“, wurde anlässlich des Forums vorgestellt und online geschaltet. Neben Informationen zu den Aktivitäten des Courage Projektes, bietet diese Plattform allen Akteuren im Bereich „Entrepreneurship“ die Möglichkeit ihre Informationen und Veranstaltungen zu veröffentlichen.
- Das Forum diente außerdem als Austauschplattform für die Akteure der Großregion aus Bildung, Wirtschaft und Politik im Bereich Entrepreneurship.

In seiner Funktion als Hochschul- und Arbeitsminister, begrüßte François Biltgen das Projekt „Courage Entrepreneurship Interregional“. Er wies darauf hin, dass in Luxemburg mehr Menschen einen hohen Bildungsabschluss und gute Qualifikationen benötigen um die Wettbewerbsfähigkeit der Luxemburger Unternehmen zu gewährleisten.

Dies gilt auch für Unternehmer, die zwar meistens ambitioniert sind, denen es aber gelegentlich an den nötigen Kompetenzen in Unternehmensführung mangelt. Dementsprechend unterstützt Minister Biltgen Initiativen wie das Weiterbildungsstudium „Nachdiplom in Unternehmensführung“. Er unterstrich auch die in der Großregion notwendige, interregionale Kollaboration die in diesem Projekt vorbildlich funktioniert. In Anwesenheit zahlreicher Verantwortlicher der Partneruniversitäten betonte er, dass die Universität Luxemburg sich nicht als Konkurrent der Universitäten der Großregion positioniert.

In diesem Zusammenhang begrüßt und unterstützt der Minister gemeinsame Projekte in der universitären Bildung und Weiterbildung, wie das Projekt Courage Entrepreneurship Interregional. ■

Das Trainingsprogramm für ambitionierte Unternehmer

Insgesamt 22 Schulungstage: 9 Module über 9 Monate

- Diagnose und Strategie
- Strategisches und operationelles Marketing
- Buchführung / Bilanz / Kostenrechnung
- Steuern (national / international)
- Finanzplanung / Businessplan / Unternehmensplanspiel
- Gesellschaftsrecht / Arbeitsrecht / Vertragsrecht / Patentrecht
- Leadership / Personalführung
- Organisationsentwicklung / Changemanagement
- Internationalisierung KMU

www.courage-entrepreneurship.eu



Dieses Projekt wird vom
Interreg IIIa DeLux Programm kofinanziert



Mit der Unterstützung vom I F C C

Institut de Formation
de la Chambre de Commerce

26.04.07 – Girls' Day – Boys' Day

Faites découvrir les métiers atypiques – Aidez les jeunes à construire leur avenir professionnel

Le 26 avril 2007 aura lieu de nouveau la journée d'action Girls' Day-Boys' Day¹, une initiative complémentaire à l'orientation professionnelle scolaire, qui se veut rapprocher jeunes femmes et hommes et monde du travail.

Son objectif est d'inciter les jeunes à diversifier leurs choix professionnels, choix souvent très limités, soit par un manque d'information, soit par la persistance de stéréotypes. Le Girls' Day-Boys' Day fait découvrir aux jeunes les métiers et professions dits «atypiques» pour les filles resp. les garçons.

Aux entreprises le Girls' Day-Boys' Day permet alors de prendre contact avec

une future ressource humaine. Les entreprises partenaires du Girls' Day-Boys' 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 à construire leur avenir professionnel!

La participation au Girls' Day-Boys' Day vous intéresse? Votre entreprise voudra accueillir quelques jeunes filles/garçons?

Alors renvoyez-nous le coupon-réponse et nous tâchons de vous répondre le plus vite possible. Vous trouverez des renseignements détaillés sur notre site web www.girls-day.lu.

¹ Le Girls' Day-Boys' Day est une initiative lancée et coordonnée par le Cid-femmes (Centre d'information et de documentation des femmes «Thers Bodé»). Coordination régionale Esch: Service à l'égalité des chances, Esch/Alzette. Avec le soutien financier du Fonds social européen, du Ministère de l'Égalité des chances et du Ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle. En collaboration avec les lycées classiques et techniques, SPOS, ALJ, CNFPC. En partenariat avec syndicats, organisations patronales et chambres professionnelles.

COUPON-RÉPONSE •

à remplir à la machine ou en lettres majuscules

Entreprise: _____ Fonction: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____ Fax: _____

E-mail: _____ @ _____

Je souhaite/nous souhaitons recevoir d'autres renseignements et la fiche d'inscription. Envoyez s.v.p. le coupon-réponse à une des adresses suivantes: **Jacqueline Kandel – Cid-femmes** – B. P. 818 L-2018 Luxembourg – Fax: 24 10 95 95 | **Nicole Jemming – Service à l'Égalité des Chances** – B. P. 145 L-4002 Esch-sur-Alzette – Fax: 54 73 83 690

Rappelez-vous le temps
de vos premières conquêtes.

milkado.lu



Deloitte.

Deloitte SA, 560 rue de Neudorf, L-2220 Luxembourg
www.deloitte.lu • Tel: +352 451 451

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu

© 2006 • Deloitte SA

Note de Conjoncture n° 3-2006

Légère révision à la hausse des prévisions de croissance pour 2007

A l'instar de la zone euro, l'économie luxembourgeoise a vu son expansion se renforcer en 2006: la croissance du PIB en volume devrait ainsi atteindre 5,5 % sur l'ensemble de l'année. Le ralentissement entamé aux Etats-Unis est amené à se répercuter à terme sur la zone euro et au Luxembourg. Ce ralentissement, allié à une progression de la demande nationale plus modérée, devrait déboucher sur une augmentation du PIB luxembourgeois de quelque 4,5 % en 2007. La dynamique de croissance au Luxembourg reste largement tributaire du secteur financier et des services aux entreprises.

Tels sont les faits saillants de la Note de Conjoncture n° 3-2006, que le STATEC vient de publier. Les prévisions macro-économiques, la conjoncture internationale, l'évolution récente des principales branches d'activité, l'inflation, les salaires, les relations économiques extérieures, le marché du travail et les finances publiques y sont traités en détail. Cette Note comporte en outre deux études: la première concerne l'évolution de la durée de travail au Luxembourg et la seconde se rapporte au lien entre volatilité et croissance.

■ Une bonne année 2006, malgré un ralentissement qui s'esquisse

La croissance de l'économie en 2006 aura été plus forte qu'en 2005. Cependant, l'analyse des comptes trimestriels montre que le pic d'expansion, c'est-à-dire le moment où l'accélération est maximale, a été atteint à la fin 2005. L'expansion constatée d'un trimestre sur l'autre a depuis perdu en vitesse, même si elle reste forte, exprimée en variation annuelle.

Le PIB a cependant légèrement rebondi au 3^e trimestre 2006, principalement sous l'impulsion de la demande extérieure liée aux exportations de services financiers. La demande intérieure a en revanche déçu. D'une part le recul

des investissements a tiré les résultats vers le bas, mais ceci est relativement peu inquiétant si l'on considère la forte volatilité de cette variable. D'autre part, la consommation privée affiche une légère baisse (et une croissance très modeste sur l'ensemble des trois premiers trimestres).

Cette évolution est un peu surprenante étant donné l'orientation positive de certains indicateurs (immatriculations de voitures neuves, moral des consommateurs, etc.) sur la même période, mais somme toute cohérente avec les dispositions de rigueur budgétaire et la quasi-stagnation observée sur le front du chômage.

■ Secteur financier et services aux entreprises monopolisent la croissance

Concernant l'activité par branches, la tendance va dans le sens d'une assise plus large de la reprise, en particulier sur le deuxième semestre (même si toutes les données ne sont pas encore disponibles sur cette période), bénéficiant à certains secteurs jusqu'alors à la traîne. Les domaines des transports et de la construction en particulier affichent un meilleur profil, du fait de révisions à la hausse des données de base dans le premier cas et d'une croissance plus soutenue de l'activité dans le second.

Toutefois, le secteur financier et les services aux entreprises restent bien les piliers de la croissance en 2006, de par leur dynamisme et leur poids prépondérant dans l'économie.

Les services financiers bénéficient de deux facteurs favorables.

En premier lieu, celui de la bonne marche des principales places boursières, qui se sont bien reprises après une nette inflexion en mai-juin 2006. La remontée des cours boursiers, observée depuis la mi-2003, a des retombées directes sur l'attractivité des marchés d'actions et par-là même sur les commissions des intermédiaires financiers. De plus, cette croissance boursière est plus lente que celle enregistrée à la fin des années 90 (à l'époque de l'engouement euphorique pour la «nouvelle économie»), peut-être parce que mieux reliée aux fondamentaux économiques, un point rassurant sur le plan de la pérennité de la reprise actuelle.

Le second facteur a trait au développement de l'industrie des fonds d'investissement, qui relève d'une évolution de type structurel: la progression des actifs nets d'OPC en 2006 n'est due que pour un sixième environ à celle des marchés financiers (autrement dit des indices boursiers), l'essentiel étant constitué par de nouveaux apports en capital. Le changement structurel qui est en train

de s'opérer montre d'une certaine façon que les acteurs du secteur ont su développer, avec succès, de nouvelles stratégies face aux modifications, nombreuses sur les dernières années, de l'environnement réglementaire international.

Hors secteur financier, les services marchands font la part belle aux activités juridiques, comptables et conseil de gestion (qui profitent du développement du secteur financier) et aux activités immobilières, très dynamiques en 2006 sur l'immobilier de bureaux, là encore grâce au dynamisme conjoint du secteur financier et des services aux entreprises.

La production de l'industrie marquera une progression d'environ 2 % en 2006, en grande partie grâce à la sidérurgie.

Hors sidérurgie en effet, les résultats montrent plutôt une stagnation, un moindre mal si l'on considère l'arrêt, total ou partiel, de la production dans plusieurs usines en cours d'année. La hausse de la production sidérurgique se répercute positivement sur les exportations de marchandises, qui montent en puissance vers les NEIA (nouvelles économies industrielles d'Asie) et les pays d'Europe de l'Est.

■ **Hors indexation, peu de pressions à la hausse sur les salaires**

Selon l'Indice des Prix à la Consommation National, l'inflation atteint 2,7 % en 2006 (contre 2,5 % en 2005 et 2,2 % en 2004).

Les prix de l'énergie, plus ou moins directement reliés avec ceux du pétrole, sont encore largement responsables de l'inflation en 2006 (ils contribuent pour un quart environ à la hausse des prix).

Cependant, d'autres domaines viennent également peser plus lourd sur le budget des ménages, dans les domaines des services (entretien et réparations de véhicules, emploi de personnel domestique, maisons de retraite et de soins, repas au restaurant, crèches et foyers de jour pour enfants, services médicaux et voyages en avion pour citer les principaux), des loyers d'habitation (même si l'on constate plus de modération à partir du 2^e semestre) et des produits accessibles (Tabac et alcools).

Les salaires, ou plus exactement le coût salarial moyen, ne montrent pas (à l'image des autres pays de la zone euro) de signes de tensions particuliers, l'essentiel de leur progression étant dû à celle de l'inflation, par le biais de l'indexation automatique.

■ **Le chômage peine à refluer**

L'emploi intérieur poursuit sa croissance, sans toutefois qu'on puisse encore parler de véritable «boom», comme celui que l'on a connu en 1998-2001. Sans surprise, les secteurs qui embauchent le plus sont ceux qui montrent l'évolution la plus dynamique de l'activité: les activités financières et les services aux entreprises.

Malheureusement, les gisements d'emplois offerts par ces entreprises peinent à trouver des preneurs au niveau national, comme en témoigne la forte augmentation des offres d'emplois non-satisfaites (enregistrées par l'ADEM) dans ces domaines.

Le taux de chômage continue ainsi à progresser, certes modérément, mais en déconnexion avec la tendance générale à la baisse observée ailleurs en Europe. Les licenciements collectifs intervenus en cours d'année se sont répercutés avec retard sur les chiffres du chômage, avec un impact limité toutefois par la présence des personnels frontaliers concernés. Si une partie de la hausse du nombre de chômeurs s'explique également par des phénomènes non conjoncturels (comme le changement de législation concernant les travailleurs à capacité de travail réduite), la tendance de fond suggère un problème d'inadéquation entre les qualifications requises par les nouveaux emplois créés dans les services mentionnés ci-avant et celles de la majorité des personnes inscrites au chômage.

Ce manque de qualification n'est cependant pas une explication exhaustive, comme en témoigne la pénétration accrue des travailleurs frontaliers dans l'ensemble des branches marchandes, que ce soit pour des emplois qualifiés ou non. L'amélioration conjoncturelle, bien que générale, reste concentrée sur certains secteurs d'activité en terme d'emploi, mais on peut espérer à terme, par effet d'entraînement, une diffusion mieux répartie.

■ **Prévisions de croissance: 5,5 % en 2006, puis ralentissement à 4,5 % en 2007**

L'année 2006 aura été la meilleure en termes de croissance pour le Luxembourg depuis 2000, les prévisions actuelles tablant sur une élévation du PIB en volume de quelque 5,5 %. En 2007, la croissance passerait à 4,5 % alors que dans la prévision précédente on prévoyait encore une hausse de 4 %. De façon générale, les prévisions ont plutôt été révisées à la hausse sur les derniers trimestres.

Le ralentissement de 2007 s'expliquerait en premier lieu par le freinage de l'économie américaine, déjà en cours, et qui aurait des répercussions (modérées) sur les pays européens, et, en deuxième lieu, par les différentes mesures de rigueur budgétaire, qui pourraient, d'après les simulations du STAT-TEC, amputer la croissance domestique en 2007 d'un demi-point.

D'autres paramètres macro-économiques s'annoncent eux plus favorables dans les mois à venir.

Ainsi, l'inflation des prix à la consommation devrait ralentir, en passant de 2,7 % à quelque 2 %, ce qui serait principalement dû à la modération des prix pétroliers car l'inflation sous-jacente monterait à 2,5 %.

De façon générale, l'évolution des prix et des salaires devrait rester modérée sur l'horizon de prévision: le niveau encore relativement élevé du chômage et la croissance de l'activité élevée mais somme toute modérée (eu égard à ce qu'on observait sur la période 1997-2000 avec une hausse moyenne de 7,7 % du PIB en volume), ainsi que le reflux des prix pétroliers en sont les principaux arguments. D'autre part, l'évolution des salaires réels (salaires nominaux déflatés par les prix à la consommation) resterait en ligne avec celle de la productivité. Sur 2006-2009, le salaire nominal progresserait de 3,3 %, les prix à la consommation de 2,2 % et la productivité de 1,1 %.

En vertu du (léger) ralentissement de la croissance du PIB sur 2007-2009, celle de l'emploi intérieur aurait culminé en 2006 (à +3,8 %) et reviendrait progressivement à 3,5 %. Pour ce qui est du partage résidents/frontaliers, les tendan-

ces ayant prévalu au cours des dernières années ne seraient guère changées: la part des frontaliers dans les nouveaux emplois créés resterait stable, à environ 70 % (soit la moyenne observée sur la période 1990-2005) et la part des frontaliers dans le stock de l'emploi total intérieur passerait à 42,8 % en 2009 (39,6 % en moyenne en 2006).

L'emploi résident resterait également alimenté par les flux migratoires, l'excédent des entrées sur les sorties se situant, en moyenne, à quelque 3.100 personnes. Ainsi, la population de résidence devrait continuer de s'accroître à un taux proche de 1 % par an, équivalent à quelque 4.700 personnes en moyenne par an. En 2009, le nombre de résidents pourrait avoisiner les 478.000 personnes.

Depuis 2004, le nombre de chômeurs a sans cesse décéléré mais il ne s'est pas encore mis à baisser, au contraire de ce qui s'est passé dans les

autres pays de la zone euro. Toutefois, sans les personnes déclarées partiellement inaptes au travail (et qui ont dû passer par l'ADEM au cours des dernières années), le chômage aurait déjà reculé – très légèrement – depuis mai 2006. Puisque le nombre de travailleurs à capacité de travail réduite devrait également continuer à ralentir, la progression du nombre de chômeurs devrait-elle aussi s'amenuiser et le chômage pourrait commencer à diminuer.

Le STATEC table sur une baisse du chômage à partir de 2007, baisse devant se poursuivre sur tout l'horizon de projection: le taux de chômage devrait passer de 4,5 % en 2006 (concept ADEM, au sens strict) à 4,1 % en 2009. Il convient de rappeler que le dynamisme actuel du marché du travail, avec une expansion de l'emploi intérieur de plus de 3,5 %, correspond, empiriquement, au seuil nécessaire pour

réduire le chômage, du point de vue purement conjoncturel.

La bonne conjoncture (et les mesures de rigueur budgétaire) aidant, les finances publiques pourraient sortir du rouge dès 2007. Pour 2006, le STATEC prévoit un déficit de 0,6 point de PIB tandis qu'en 2007, un excédent des recettes sur les dépenses de 0,7 point de PIB pourrait être réalisé.

Les prévisions en matière de recettes, dépenses et soldes publics se basent en partie sur le Programme de stabilité et de croissance (PSC) datant de novembre 2006 mais intègrent des informations plus récentes, en ce qui concerne les recettes publiques, la situation conjoncturelle en 2006 et les prévisions pour 2007 (révisées à la hausse). Sur tout l'horizon de prévision, les recettes publiques évolueraient plus vite que les dépenses. Cet écart serait le plus marqué en 2007 (recettes: +7,5 %; dépenses: +4,2 %). ■

Une version électronique complète de la Note de Conjoncture n° 3-2006 est disponible gratuitement à l'adresse sous www.statistiques.public.lu/fr/publications.

La version imprimée est disponible au STATEC, B.P. 304, L-2013 Luxembourg

Tél.: 478-4219 • Fax: 26 20 19 02 • E-mail: info@statec.etat.lu

au prix de 5.- EUR (frais d'envoi non compris).

Cahier économique du STATEC

Une typologie des entrepreneurs luxembourgeois

Le STATEC vient de publier dans la série des cahiers économiques une étude sur la typologie des entrepreneurs au Luxembourg. Cette étude est le fruit d'une collaboration étroite entre le STATEC, le Centre de recherche public Henri Tudor et l'Observatoire de la compétitivité du Ministère de l'économie et du commerce extérieur.

Il s'agit d'une étude empirique dont l'essentiel se concentre sur l'analyse des données de l'enquête pilote européenne dite FOBS (Factors of Business Success). Ce projet fut lancé par la Eurostat en 2004 et se veut une extension du projet

européen «Démographie des entreprises». L'enquête portait sur les entreprises créées en 2002 et encore actives en 2005 dans le but d'étudier les raisons de succès de ces entreprises. Parmi cette population un échantillon de 920 entreprises a été prélevé. L'enquête volontaire s'est déroulée entre juillet 2005 et avril 2006. Parmi les 592 questionnaires renvoyés, 477 étaient valables et ont été retenus pour l'échantillon final.

Le questionnaire comprenait quatre parties visant à explorer les aspects suivants:

- Identification de l'entrepreneur initial
- Profil de l'entrepreneur initial

- Situation actuelle de l'entreprise
- Plans pour le futur

Cette enquête a fourni bon nombre de résultats intéressants qui figurent dans le Cahier économique 103 et qui seront publiés aux Cahiers économiques de Bruxelles (Brussels Economic Review). A côté de considérations plus théoriques sur l'entrepreneuriat, le cahier s'interroge aussi sur la possibilité de dégager une typologie des entrepreneurs au Luxembourg.

L'entrepreneur est dans 82 % des cas un homme. Une grande majorité des entrepreneurs sont étrangers: seu-

lement 26 % parmi eux ont la nationalité luxembourgeoise. Néanmoins, une majorité (56 %) a sa résidence au Luxembourg. 59 % des entrepreneurs ont fait des études postsecondaires ou universitaires. Presque 90 % des entrepreneurs indiquent qu'ils ont une expérience professionnelle dans le secteur d'activité de leur entreprise nouvellement créée. Les deux motifs principaux qui ont poussé les individus à «devenir» entrepreneurs étaient le désir d'affronter de nouveaux défis et la volonté d'être indépendant. Parmi les difficultés que les entrepreneurs déclarent avoir rencontrées lors de la création de leur entreprise, 71 % ont cité la charge des formalités administratives.

En moyenne les entreprises créées en 2002 avaient 1,5 salarié au cours de leur première année d'activité. Ce chiffre est passé à 3,9 en 2005. Concernant le statut juridique des entreprises, une écrasante majorité des entrepreneurs a choisi le statut de société anonyme (S.A.) ou de société à responsabilité limitée (S.A.R.L.).

35 % des entreprises ont eu une activité innovante. Concernant l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les entreprises, 93 % des entrepreneurs se servent d'un ordinateur dans le cadre de leurs activités professionnelles. Et ils sont presque tout aussi nombreux à utiliser Internet (89 %). Seulement 13 % des entrepreneurs pensent que la rentabilité de leurs entreprises est insuffisante. Concernant la vente des produits et services, une concurrence trop forte et une demande trop faible semblent inquiéter 78 % respectivement 58 % des entrepreneurs.

En ce qui concerne les plans pour le futur ou les perspectives d'avenir, 84 % des entrepreneurs souhaitent poursuivre les activités de leur entreprise, sans autre changement. Parmi les autres, seulement 4% souhaitent terminer définitivement et ne plus lancer une autre entreprise. En ce qui concerne le chiffre



Seulement 26 % des entrepreneurs luxembourgeois ont la nationalité luxembourgeoise

d'affaires et la rentabilité, 45 % respectivement 38 % des entrepreneurs s'attendent à une hausse. Pour le nombre de personnes occupées et la diversité des biens et services ils sont toujours 22 % et 28 % à s'attendre à une hausse. Parmi les priorités principales, 59 % des entrepreneurs souhaitent investir dans l'activité de leur entreprise. L'embauche du personnel ainsi que le remboursement des dettes sont considérés comme prioritaires par 37 % respectivement 35 % des entrepreneurs.

L'utilisation de techniques statistiques de regroupement dites de «clustering» a permis de diviser l'ensemble des entrepreneurs en sous-groupes suffisamment homogènes et différents l'un de l'autre. De là un groupe ou «cluster» définit un profil d'entrepreneur. Les six profils identifiés sont les suivants:

1. Jeunes et innovants
2. Entrepreneurs en difficultés
3. Entrepreneuses

4. «Serial» entrepreneurs
5. Entrepreneurs expérimentés
6. «Serial Unternehmer»

Ces types d'entrepreneurs, dont certaines dénominations peuvent surprendre, sont décrits en détail dans le cahier économique 103.

En analysant les données de l'enquête FOBS et en lisant les résultats, il convient toutefois de garder à l'esprit la particularité de l'échantillon utilisé. En effet, l'échantillon FOBS contient en quelque sorte des entrepreneurs qui ont eu du succès au début de leur carrière. Mais l'enquête FOBS ne fournit pas d'informations sur les personnes qui ont lancé une entreprise mais qui ont échoué en cours de route, voire même les personnes qui avaient l'intention de lancer une entreprise, mais qui n'ont pas abouti. L'étude fournit néanmoins un nouvel éclairage sur l'entrepreneuriat au Luxembourg. ■

La publication (Cahiers économiques n° 103) est disponible au STATEC
 B.P. 304, L-2013 Luxembourg • Tél.: 478-4219 • Fax 46 42 89 • E-mail: info@statec.etat.lu
 et peut être téléchargée gratuitement à l'adresse www.statistiques.public.lu/fr/publications

Habitudes de consommation

Les consommateurs résidents achètent près de la moitié des meubles, 27 % des vêtements et 14 % des produits alimentaires à l'étranger

A l'occasion de la Journée de l'économie du 13 février, organisée par le Ministère de l'économie et la Chambre de Commerce et du lancement de la campagne «Luxembourg, pôle de commerce de la Grande Région», le STATEC a présenté les premiers résultats sur l'importance des achats transfrontaliers des consommateurs résidents.

Les résultats encore provisoires ont été obtenus à partir de l'enquête perma-

nente sur les budgets des ménages. Des échantillons annuels indépendants de 1000 ménages sont cumulés sur trois ans pour fournir des estimations de la structure des dépenses de consommation. Chaque année, une nouvelle vague sera ajoutée, la plus ancienne étant retirée.

Les résultats définitifs des trois premières vagues d'enquêtes annuelles (2004 à 2006) seront publiés en été 2007.

enfants à l'exception des dépenses pour articles d'habillement et de chaussures qui sont plus élevées pour les ménages sans enfants. Ce sont surtout les femmes (29 % des dépenses pour articles d'habillement et de chaussures) qui achètent à l'étranger, la part relative pour les vêtements et chaussures d'hommes étant de 26 %, celle pour les vêtements d'enfants ne s'élevant qu'à 21 %.

La répartition par taille du ménage montre que ce sont surtout les ménages de deux personnes qui achètent leurs vêtements à l'étranger.

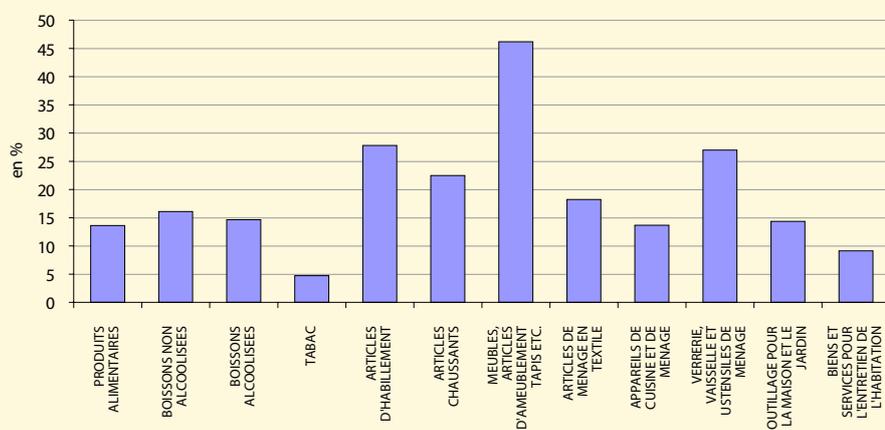
Concernant les dépenses à l'étranger pour articles d'ameublement et d'équipement des ménages, ce sont les ménages d'isolés qui arrivent en tête. Chez les ménages dont la personne de référence est cadre supérieur, dirigeant d'entreprise ou exerce une profession intellectuelle, la part des dépenses alimentaires à l'étranger ne représente que 8 %. Elle s'élève à 20 % pour les professions intermédiaires, les pourcentages pour les employés de type administratif, les travailleurs manuels et les retraités étant de respectivement 16 %, 15 % et 14 %.

Ce sont également les professions intermédiaires qui viennent en tête pour les dépenses à l'étranger d'articles d'ameublement et d'équipement de ménage et d'entretien.

Une ventilation par nationalité laisse apparaître que le pourcentage des dépenses hors territoire luxembourgeois serait plus élevé chez les ménages étrangers. Les chiffres afférents devront cependant encore être soumis à une analyse plus approfondie.

(Communiqué par le STATEC) ■

Ensemble des ménages – Part des dépenses effectuées à l'étranger



Source: STATEC – EBM

Le graphique ci-dessus met en évidence que les ménages résidant au Grand-Duché achètent en moyenne 14 % de leurs produits alimentaires à l'étranger.

La part des dépenses effectuées à l'étranger s'élève en moyenne à 27 % pour les vêtements et à quelque 23 % pour chaussures et articles chaussants. Pour ce qui est des articles d'ameublement, d'équipement de ménage et d'entretien,

elle s'établit à quelque 29 %, les seules dépenses pour meubles, articles d'ameublement, tapis etc. atteignant même les 47 %. D'autres postes de dépense à relever sont «tapis et autres revêtements de sol» (31 %) et «verrerie, vaisselle et ustensiles de ménages» (27 %).

En analysant de plus près les dépenses à l'étranger selon le type de ménage on ne note pas de différence significative entre les ménages avec ou sans

Sondage de satisfaction sur l'offre des fournisseurs d'accès à Internet

L'Internet Society Luxembourg ASBL a effectué du 15 décembre 2006 au 15 janvier 2007 un sondage de satisfaction sur l'offre des Fournisseurs d'Accès à Internet au Luxembourg. Celui-ci a révélé que la majorité des répondants utilisent l'ADSL à moins de 2 Mbit, et près de 60% l'utilisent également pour leur travail.

Les utilisateurs seraient globalement satisfaits de la connectivité qu'ils reçoivent via leur fournisseur, mais s'estiment peu épaulés. Dès qu'ils ont signé le contrat et reçu un modem, la débrouillardise prime. A eux de se renseigner auprès d'amis ou de connaissances sur les services que leur fournisseur offre ou non. Quelques pages web, des FAQ ou autres permettraient aisément aux fournisseurs d'informer leur clientèle et, en conséquence, de faire grimper le taux de satisfaction.

Les internautes aimeraient également un abonnement moins cher et sans limite de volume. Cette restriction d'un autre âge est vendue comme un « plus » dans les offres « intégrales » de certains opérateurs, alors qu'elle est devenue la

norme depuis belle lurette dans les pays de l'hémisphère Nord.

Pour ce qui concerne le prix, il est encourageant de voir que l'on réfléchit désormais du côté des opérateurs à une offre « bare DSL », débarrassée du coût de l'abonnement téléphonique à la ligne fixe, comme l'ISOC l'avait suggéré à l'ILR en juillet dernier, et qui a été confirmée par la Commission Européenne.

Le même institut a proposé des mesures visant à rendre plus transparents les coûts de l'accès à la boucle locale, qui vont dans le sens d'une concurrence accrue.

La vitesse plus élevée est également une demande récurrente, particulièrement venant de PME ou d'indépendants faisant un usage professionnel de leur connexion Internet.

A ce sujet, il est dommage qu'il n'existe pas d'offre ADSL réellement adaptée aux PME, alors qu'elles constituent le tissu économique du Grand-Duché. Les besoins spécifiques des petites entreprises mériteraient d'ailleurs une étude séparée.



L'opérateur historique envisage également à terme l'installation de fibres optiques au domicile (Fiber to the Home). Le contexte réglementaire doit encore être éclairci, car seule une concurrence ouverte sur le « last mile » offrira aux consommateurs des offres alléchantes et réalistes. C'est indubitablement la solution d'avenir. L'ADSL, avec son débit asymétrique, n'est qu'une technologie de transition. ■

Commissariat aux assurances

Bonne tenue du secteur des assurances en 2006

Dans un contexte globalement devenu plus difficile, notamment en assurance-vie, la croissance du secteur des assurances directes se poursuit en 2006, les primes hors assurances maritimes progressant de 17,96 % par rapport à 2005. Après un premier trimestre encore en hausse supérieure à 30 %, la progression de l'encaissement s'est rallentie jusqu'à 7,49 % au 3^e trimestre pour rebondir à 14,56 % au 4^e trimestre.

L'ensemble des branches contribue à la hausse constatée. En assurance-vie la progression de l'encaissement est de 18,54 %, performance remarquable compte tenu du recul estimé à 18 % du marché de l'assurance-vie en Belgique – sur lequel les assureurs luxembourgeois réalisent autour de 40 % de leur encaissement – comme suite à l'introduction d'une fiscalité défavorable.

L'augmentation de 21,54 % de l'encaissement relatif aux produits en uni-

tés de compte, bénéficiaires de la bonne tenue persistante des marchés boursiers, contraste avec celle modeste de 3,57 % de celui des produits vie à rendements garantis. Les produits en unités de comptes demeurent largement prépondérants et les primes correspondantes constituent plus de 85 % de l'encaissement. L'évolution des produits classiques reste influencée par les produits d'épargne-pension au titre de l'article 111bis de la loi sur l'impôt sur le

revenu: les quelques 34.832 contrats – en progression de 13,35 % par rapport à 2005 – ont généré un encaissement de 48,48 millions d'euros, soit 8,88 % de plus qu'en 2005. L'épargne gérée à ce titre s'élève à 236 millions d'euros à la fin de 2006.

Le total des provisions techniques des assureurs vie s'établit à 50,13 milliards d'euros fin 2005, en progression de 21,40 % par rapport à fin 2005 et de 10,43 % par rapport à la fin de septembre 2006.

Redevenus nettement positifs depuis 2004 après deux années difficiles, les résultats des entreprises vie dépassent leur précédent record de 2005 avec un excédent de l'ordre de plus de 116 millions d'euros après impôts, en croissance de 14,98 %.

L'assurance non vie hors assurances maritimes progresse de 11,23 %. Les

assureurs travaillant essentiellement, sinon exclusivement sur le marché luxembourgeois, enregistrent une croissance de leur encaissement de 2,13 %. Avec une augmentation de 27,42 % de leur encaissement, les entreprises opérant à l'étranger dans les branches d'assurances non vie hors assurances maritimes – parfois dans des créneaux très spécialisés – progressent de nouveau substantiellement, après la croissance de 49,97 % déjà enregistrée en 2005. L'assurance maritime pour laquelle seules les données des trois premiers trimestres sont disponibles et qui est essentiellement le fait de quelques grandes mutuelles dont l'encaissement reflète l'évolution des sinistres a progressé de 9,64 % au cours de cette période.

Avec un excédent après impôts estimé à 84,00 millions d'euros le résultat des entreprises d'assurance non vie

luxembourgeoises hors assurances maritimes est sensiblement égal à celui de 2005.

L'emploi des entreprises d'assurances directes a augmenté de 4,76 % pour s'établir à 3.191 personnes à la fin de 2005. Avec un niveau de 76,23 millions d'euros les impôts directs sont en augmentation de 9,56 % par rapport à 2005.

Les chiffres relatifs aux primes, aux impôts et aux résultats ne concernent que les seules entreprises contrôlées par le Commissariat aux assurances; se trouvent donc exclues les succursales luxembourgeoises d'entreprises d'assurances d'autres pays de l'Union européenne dont l'ensemble des données pour 2006 ne sera connu qu'ultérieurement.

*(Communiqué par le
Commissariat aux assurances) ■*

Avis aux entreprises

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 2007». 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 450 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 rassembler 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 2007-2008 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, mais également de mettre en exergue les facteurs structurels à améliorer afin de préserver la compétitivité de l'économie luxembourgeoise.

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 leasing made by ING LEASE:
Efficace, rapide, fiable

LEASE

WWW.ING.LU



Let's talk about your future

Arnaques et escroqueries

Le mois de février déclaré «mois de la prévention de la fraude»



La vigilance est la meilleure protection contre la fraude!

Chaque année, un nombre croissant de consommateurs et de professionnels résidant ou travaillant au Grand-Duché de Luxembourg sont victimes de fraudes. Pour y remédier, tant les consommateurs que les professionnels doivent apprendre à reconnaître les différents types d'escroqueries et savoir comment réagir pour ne pas devenir une victime parmi tant d'autres.

L'ICPEN-RICPC, réseau informel de coopération administrative, dont fait partie le Luxembourg depuis sa création en 1992, rassemble quelque 30 pays majoritairement membres de l'OCDE et permet ainsi par l'échange d'informations de signaler et de faire cesser les pratiques frauduleuses transfrontalières qui portent préjudice aux intérêts économiques des victimes. En déclarant le

mois de février 2007 «Mois de la prévention de la fraude», l'ICPEN-RICPC a souhaité sensibiliser au même moment le public partout dans le monde. Le message est simple: «La fraude, identifiez-la, signalez-la, enrayez-la en parlant autour de vous».

Parmi les fraudes qui touchent le Luxembourg, il faut signaler:

■ Les arnaques au répertoire

Depuis plusieurs années, des sociétés implantées à l'étranger proposent aux professionnels, en particulier commerçants et artisans, l'insertion de leurs coordonnées dans des annuaires. La présentation ambiguë de certaines sollicitations peut laisser croire qu'il s'agit d'une simple vérification d'adresse alors qu'en fait le professionnel est amené à signer

une commande ferme, le prix de l'engagement étant généralement peu visible sur le document.

Ces contrats sont souvent assortis d'une clause de tacite reconduction, à défaut de manifester sa volonté de mettre fin au contrat dans un délai donné. Les associations et certains consommateurs sont une nouvelle cible pour ces sociétés.

Une variante consiste à présenter à la signature de la victime potentielle un contrat prérempli, sur lequel il ne reste qu'à apposer sa signature et le cachet de l'entreprise. L'arnaqueur fait croire à une large diffusion et donne en référence des noms d'entreprises bien connues. Une fois souscrit, le contrat, souvent agrémenté d'une clause de tacite reconduction, n'est pas exécuté de la façon annoncée.

Pour obtenir une signature immédiate de la victime, des délais très courts pour l'impression sont invoqués, des remises souvent importantes sont proposées, il est parfois fait référence à un entretien avec un autre membre de la famille ou de l'entreprise, lequel aurait donné son accord oralement.

■ Le démarchage par téléphone

Une société étrangère, se prétendant française, démarche actuellement par téléphone les consommateurs et les professionnels pour leur vendre du vin à un prix présenté comme réduit, une garantie de cinq ans est également proposée aux acquéreurs. Il s'avérerait que ce vin ne correspond ni aux qualités qui lui sont attribuées par la société arnaqueuse, ni au prix demandé.

■ Les lettres dites kenyanes ou nigériennes

Par ces lettres, généralement sous forme de courrier électronique, un arnaqueur tente d'apitoyer le lecteur sur ses malheurs dus à une situation politique difficile dans son pays d'origine et ensuite lui propose une opération financière douteuse. ■

SOYEZ ATTENTIFS!

- Avant de signer quoi que ce soit, lisez l'entièreté du document.
- Prenez le temps de réfléchir; plus le vendeur est pressant plus l'affaire devient louche.
- Si vous êtes consommateur, n'acceptez pas les sollicitations de commandes ou le colportage. Les arnaqueurs ne sont pas prêts à appliquer les délais de rétractation prévus dans différentes lois, ils encaissent et disparaissent ou refusent tout autre contact avec leur victime.
- N'hésitez pas à signaler toutes les arnaques et tentatives d'arnaques à la police, et suivant leur origine ou leur destinataire aux chambres et fédérations professionnelles, au Centre Européen de la Consommation, à l'Union luxembourgeoise des Consommateurs et au Service des pratiques commerciales du Ministère des Classes Moyennes qui pourra directement informer le réseau ICPEN-RICCP et surtout parlez-en autour de vous et ainsi vous participerez activement à la prévention de la fraude!

Neu erschienen

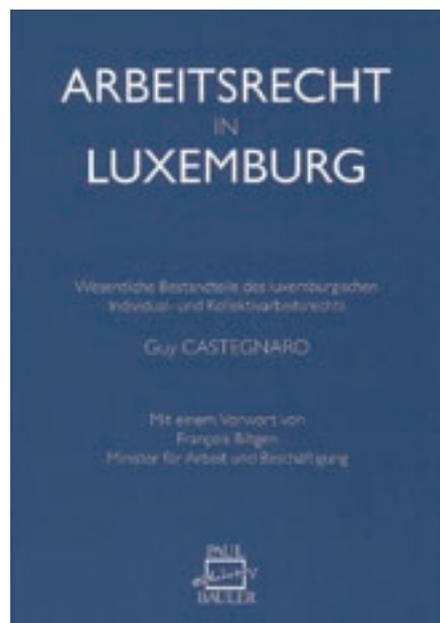
Arbeitsrecht in Luxemburg

Das luxemburgische Arbeitsrecht ist seit kurzem zum größten Teil in einem Arbeitsgesetzbuch zusammengefasst. Das nun vorliegende Handbuch „Arbeitsrecht in Luxemburg – Wesentliche Bestandteile des luxemburgischen Individual- und Kollektivarbeitsrechts“ von Guy Castegnaro, ist für den Praktiker unentbehrlich, da es sich mit dem Individualarbeitsrecht aber auch mit dem Kollektivarbeitsrecht befasst. Es ist außerdem zur Zeit das einzige Werk, das auf dem neuen Arbeitsgesetzbuch beruht und aus dessen Artikel verweist. Hinzu kommt, dass dieses Buch dem aktuellsten Stand der Gesetzgebung (zum 01.01.2007) entspricht und sich mit den wesentlichen Bestandteilen des luxemburgischen Arbeitsrechts befasst.

Das Bestreben des Autors ist es, ein der Öffentlichkeit zugängliches Infor-

mations- und Analysemedium zu verfassen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, soll dieses Werk in seiner vereinfachten und übersichtlichen Form dazu beitragen, den allgemeinen Kenntnisstand über dieses Rechtsgebiet zu erweitern und auf diese Weise das Arbeitsrecht für jedermann zugänglicher zu gestalten, und dies sowohl für den Experten als auch für den normalen Bürger.

Der Autor erläutert die zahlreichen Bestimmungen im Zusammenhang mit dem Arbeitsvertrag, der Arbeitszeitregelung, dem Kündigungsschutz, der Aus- und Weiterbildung, der Sicherheit und dem Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz und greift somit alle relevanten Themengebiete auf. Weiterhin hat dieses Werk den Vorteil, sich auf dem letzten Stand der gesetzlichen Entwicklungen zu befinden. ■



Arbeitsrecht in Luxemburg – Wesentliche Bestandteile des luxemburgischen Individual- und Kollektivarbeitsrechts von Guy Castegnaro. Mit einem Vorwort von François Biltgen, Minister für Arbeit und Beschäftigung

ISBN 978-2-919885-06-5 – Verkaufspreis: 25,80 €

Simplification administrative

Nouvelles dispositions légales applicables en matière d'autorisations pour heures supplémentaires

Le ministre du Travail et de l'Emploi, François Biltgen, a présenté à la presse les nouvelles dispositions légales applicables en matière d'autorisations pour heures supplémentaires.

Les dispositions ont été introduites par la loi du 22 décembre 2006 promouvant le maintien dans l'emploi et s'inscrivent donc dans le cadre des mesures décidées en 2006 par la Tripartite. Les dispositions ne concernent que les heures supplémentaires prestées en cas de surplus de travail et non pas celles prestées en cas d'urgence.

La législation actuelle remonte aux dispositions de la loi tripartite de 1977. Concrètement, les entreprises ont dû recevoir l'autorisation préalable du ministre du Travail afin de pouvoir prester des heures supplémentaires en cas de surplus de travail.

L'avis de l'Inspection du travail et des mines (ITM) fut également demandé à chaque reprise. Cette procédure était

relativement lourde et impliquait un travail considérable auprès du ministre, même si le ministre du Travail a réservé en général une suite favorable aux demandes.

A côté d'une importante charge administrative, cette législation pourrait entre autres constituer un frein pour les investisseurs potentiels à s'installer au Luxembourg, et la procédure a donc été allégée dans le cadre de la simplification administrative.

En vertu des nouveaux textes, la requête motivée pour la prestation d'heures supplémentaires doit être préalablement notifiée à l'ITM ensemble avec l'avis de la délégation du personnel ou à défaut des salariés concernés par la prestation d'heures supplémentaires. «La notification préalable vaut autorisation», a résumé le ministre, «à condition de disposer de l'avis favorable du personnel ou des salariés concernés». Ce n'est que dans le cas où l'avis est défavorable que le ministre du Travail et de

l'Emploi statuera sur la demande sur base des rapports établis par l'ITM et l'Administration de l'emploi.

La même procédure simplifiée s'applique d'ailleurs aussi aux demandes d'autorisation de faire travailler un employé privé un jour férié légal. Afin de pouvoir suivre l'évolution des heures supplémentaires prestées, le ministre du Travail a demandé aux entreprises de lui faire parvenir comme par le passé le relevé des heures supplémentaires effectivement prestées à la fin de chaque période pour laquelle l'autorisation a été donnée.

La finalité de cette demande est de permettre au ministre du Travail et de l'Emploi de recenser les entreprises qui ont régulièrement recours aux heures supplémentaires afin de les assister à trouver dans le cadre d'une convocation volontaire des solutions alternatives, notamment pour l'engagement de personnel permanent supplémentaire comme cela fut déjà fait dans le passé. ■

Nouvelle publication périodique

JURISNEWS – Regard sur le Droit de la Construction et Immobilier

Le premier numéro d'un tout nouveau périodique: JURISNEWS – Regard sur le Droit de la Construction et Immobilier au Grand-Duché de Luxembourg, vient de paraître.

Destiné aux agents immobiliers, promoteurs, syndicats, architectes, entrepreneurs ou artisans, JurisNews propose mois après mois un tour d'horizon des

décisions jurisprudentielles et des nouveautés législatives concernant le marché de l'immobilier au Grand-Duché, la bail à loyer, la gestion des copropriétés, les métiers d'architectes et d'agents immobiliers etc...

Mais cette nouvelle publication traite également du droit de la Construction, des garanties légales, des vices et malfaçons et, en général, toute question qui

intéresse ce vaste domaine que constitue l'immobilier.

Professionnels du droit (juristes, avocats, fiscalistes), les auteurs sont à la recherche constante de nouveaux textes de lois et des dernières jurisprudences de nos tribunaux. Ils expliquent avec des mots simples, précis et compréhensibles leurs conséquences et implications dans le travail quotidien des intéressés. ■

Parution: 10 numéros par an, sous forme d'une «newsletter» (4 pages A4). Prix pour un abonnement annuel, port et TVA compr.: 60,77 euros. Pour les commandes, s'adresser aux éditions Promoculture B. P. 1142, L-1011 Luxembourg ou par virement au compte BILLULL LU22 0026 1734 8171 9100 de la somme de 60,77 € avec la mention «nou. Abo Jurisnews construction»

Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce

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 39-354/332.

■ Ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle

Avant-projet de règlement grand-ducal relatif aux conditions d'attribution de l'aide à la formation pour mineurs ainsi que de la prime de formation. (3153TRO)

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

Projet de règlement grand-ducal fixant certaines modalités d'application du règlement CE 2003/2003 relatif aux engrais et déterminant les sanctions applicables en cas d'infraction aux prescriptions de ce règlement communautaire. (3154MCH)

■ Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur

Projet de loi transposant:

- la directive 2005/35/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 septembre 2005 relative à la pollution causée par les navires et à l'introduction de sanctions en cas d'infractions;
- la directive 2005/667/JAI du Conseil du 12 juillet 2005 visant à renforcer le cadre pénal pour la répression de la pollution causée par les navires. (3159LDA)

■ Ministère des Transports

Projet de loi relatif à l'établissement de règles et de procédures concernant l'introduction de restrictions d'exploitation liées au bruit dans les aéroports de la Communauté. (3155BJE)

Projet de règlement grand-ducal modifiant:

- a) l'arrêté grand-ducal modifié du 23 novembre 1955 portant règlement de la circulation sur toutes les voies publiques;
- b) le règlement grand-ducal modifié du 17 juin 2003 relatif à l'identification des véhicules routiers, à leurs plaques d'immatriculation et aux modalités d'attribution de leurs numéros d'immatriculation. (3156BJO)

Projet de règlement grand-ducal déterminant la composition et les modalités de fonctionnement du comité des usagers de transports publics. (3157BJE)

Projet de règlement grand-ducal complétant le règlement grand-ducal modifié 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. (3160MCH)

■ Ministère du Travail et de l'Emploi

Projets de règlements grand-ducaux portant 24^e et 25^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. (3152MCH)

Projet de loi portant:

1. transposition de la directive 76/207/CEE du Conseil relative à la mise en œuvre du principe de l'égalité de traitement entre hommes et femmes en ce qui concerne l'accès à l'emploi, à la formation et à la promotion professionnelles, et les conditions de travail telle que modifiée par la directive 2002/73/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002;
2. modification du Code du Travail;
3. modification de l'alinéa 1 de l'article 2 de la loi du 14 mars 1988 relative au congé d'accueil. (3161AFR)

■ Ministère des Travaux Publics

Projet de règlement grand-ducal portant exécution de la loi du ... sur les marchés publics et portant modification du seuil prévu à l'article 106, point 10 de la loi communale modifiée du 13 décembre 1988. (3162EPA-WJE)

■ Ministère de l'Environnement

Avant-projet de règlement grand-ducal relatif aux piles et accumulateurs ainsi qu'aux déchets de piles et d'accumulateurs. (3158BJE)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 16 juillet 1999 portant nomenclature et classification des établissements classés. (3163BJE)

Projet de loi autorisant le Gouvernement à participer au financement des travaux en relation avec la construction des nouvelles infrastructures de traitement des déchets organiques du syndicat intercommunal Minett-Kompost. (3164BJE)



Union des Entreprises Luxembourgeoises – UEL

Moderniser le droit du travail pour relever les défis du 21^e siècle – Livre vert de la Commission européenne

La Commission européenne a adopté le 22 novembre 2006 un **Livre vert intitulé «Moderniser le droit du travail pour relever les défis du 21^e siècle»**¹. L'objectif du livre vert est de lancer un débat public sur les adaptations du droit du travail à l'économie moderne. L'enjeu central est de concilier flexibilité et sécurité sur le marché du travail. Ce débat s'inscrit à juste titre dans le processus des réformes économiques et sociales lancé en 2000 dans le cadre de la stratégie de Lisbonne qui vise à créer «une économie compétitive, capable de croissance durable, accompagnée d'une amélioration quantitative et qualitative de l'emploi et d'une plus grande cohésion sociale».

L'Union des Entreprises Luxembourgeoises – UEL² – salue l'initiative de la Commission européenne de lancer le débat quant à l'adéquation du cadre légal et réglemen-

taire que constitue le droit du travail dans l'Union européenne. Les organisations patronales estiment en effet que cette discussion accompagne à juste titre la mise en œuvre de la stratégie de Lis-

bonne dont les objectifs visent à favoriser le développement économique durable et le renforcement de la cohésion sociale. Transposés à la législation du travail, ces finalités doivent stimuler

¹ http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fr/com/2006/com2006_0708fr01.pdf

² L'UEL regroupe les organisations suivantes: Association des Banques et Banquiers, Luxembourg · Association des Compagnies d'Assurances · Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg · Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg · Confédération Luxembourgeoise du Commerce · Fédération des Artisans · Fédération des Industriels Luxembourgeois · Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers

l'emploi, augmenter la productivité de la main d'œuvre et permettre ainsi le financement du progrès social. Il s'agit dès lors de rechercher un juste équilibre entre les aspirations de flexibilité des entreprises et les attentes légitimes de sécurité des salariés.

Il va sans dire que l'architecture des modèles sociaux a une incidence sur la dynamique que peuvent développer les différentes économies nationales et partant l'économie européenne dans son ensemble; elle influence au même titre le volet de la politique de l'emploi. Les systèmes de protection sociale en vigueur dans certains pays de l'Union européenne, dont le Luxembourg, nécessitent une analyse au vu de leur adaptation à l'environnement concurrentiel dans lequel se trouvent les entreprises.

Cet environnement concurrentiel se caractérise par les économies rapidement émergentes qui s'imposent de plus en plus comme concurrents affirmés sur les marchés internationaux. Pour relever le défi de la globalisation, nos systèmes économiques et sociaux doivent se mettre davantage au service de la compétitivité pour permettre d'abord aux entreprises de gérer les mutations rapides et profondes auxquelles elles doivent faire face et permettre ensuite aux travailleurs de se positionner favorablement dans cet environnement en pleine mutation.

L'UEL observe que les systèmes sociaux sont à l'heure actuelle souvent marqués par si peu d'éléments qui confèrent à l'économie une certaine flexibilité en termes de gestion des ressources humaines et de rotation des travailleurs entre entreprises en particulier, d'un côté, tandis que de l'autre, les facteurs qui offrent à la fois une sécurité de l'emploi aux travailleurs et une assistance tant matérielle qu'intellectuelle sous forme de formation notamment aux personnes recherchant un nouvel emploi sur le marché du travail sont fort nombreux.

Afin de pouvoir utilement s'inscrire dans l'accomplissement des objectifs poursuivis, le droit du travail, composante essentielle des modèles sociaux, doit davantage se doter d'éléments de flexibilité. Sans pour autant mener à une dérégulation excessive et préjudiciable à l'équité sociale, ces éléments ne doivent pas être contrecarrés par des

Objectif du Livre vert

Le Livre vert vise à :

- identifier les défis liés au décalage entre le cadre légal et les réalités du monde du travail ;
- engager les gouvernements des Etats membres et les partenaires sociaux dans un débat ouvert sur la façon dont le droit du travail peut combiner davantage de flexibilité avec la sécurité de l'emploi;
- étudier comment différents types de contrats du travail ainsi que les droits associés pourraient faciliter la création d'emplois, les transitions sur le marché de l'emploi et la formation tout au long de la vie;
- promouvoir la modernisation du droit du travail. Une considération particulière devrait être accordée aux problèmes administratifs que rencontrent les PME du fait de la législation communautaire et nationale.

Historique:

En 2004, le bilan à mi-parcours de la stratégie de Lisbonne faisait état de résultats décevants. En mars 2005, les chefs d'Etat et de gouvernement ont donc décidé de concentrer leur action autour de deux objectifs : la croissance et l'emploi. Les conclusions du rapport Kok (novembre 2004), chargé d'examiner les principaux obstacles sur la voie de l'amélioration de l'emploi en Europe, sont à la base de ces nouvelles orientations. Ce rapport souligne la nécessité d'introduire dans les marchés européens de l'emploi davantage de flexibilité, tout en préservant un niveau élevé de protection sociale.

Reprenant les conclusions du rapport Kok, le Livre vert appelle à la création d'un «marché du travail flexible et inclusif». Il cherche ainsi à apporter une réponse à la fragmentation des marchés du travail (entre les salariés protégés et les autres), au sein desquels on constate un assouplissement croissant des formes d'embauche et une diminution des protections sociales.

dispositions protégeant outre mesure les personnes qui se trouvent sous contrat de travail. Une telle législation protectrice constituerait non seulement un frein à l'emploi en soi, mais elle empêcherait les entreprises implantées dans notre pays de relever le défi que représente la nouvelle donne économique et leur serait donc gravement préjudiciable, de même qu'au site économique luxembourgeois en tant que tel.

Pour les raisons de cohésion sociale déjà mentionnées, un recentrage des politiques d'emploi mettant l'accent sur la création d'emploi, sur une rotation plus fluide du personnel, bénéfique par ailleurs aux demandeurs d'emploi, ne peut se passer d'un effort accru dans le but de placer ou de replacer les personnes en quête d'un emploi d'une façon efficace et rapide sur le marché

du travail. Seul un tel système performant peut apporter les ressources nécessaires aux entreprises en satisfaisant aux demandes de travail en nombre et en qualité et peut éviter de cette manière que les personnes faisant partie intégrante de ce modèle ne tombent dans la précarité, voire dans l'exclusion. Il est évident que les politiques de formation initiale et de formation continue doivent s'inscrire dans cet effort, et ce dans une logique de «life long learning».

Il convient donc d'adopter une stratégie visant à augmenter l'employabilité des travailleurs en général, à perfectionner les mécanismes d'intermédiation entre l'offre et la demande sur le marché du travail et ainsi à faciliter les restructurations nécessaires qui constituent à chaque fois pour les entreprises concernées un défi de taille dont dépend sou-

vent la survie à terme de l'entité touchée. Il s'agit impérativement de ne pas ajouter à la précarité de l'emploi, mais de remplacer au plus vite les emplois concernés par de nouveaux emplois stables.

En guise de conclusion, l'UEL soutient toute initiative visant à doter l'économie des instruments – déjà identifiés dans sa contribution au Pacte pour l'innovation et la croissance – visant à stimuler le marché de l'emploi et à diminuer le chômage. Il s'agit en l'occurrence

- de faciliter le recours au contrat de travail à durée déterminée et d'allonger la durée des contrats en question;

- d'allonger les périodes d'essai dans les contrats de travail devant stimuler l'embauche de personnes difficilement plaçables;
- de faciliter le recours au prêt temporaire de main-d'œuvre;
- de revêtir davantage de dispositions du droit du travail d'un caractère supplétif, ce afin de permettre aux partenaires sociaux de conclure en toute sécurité juridique des arrangements spécifiques pouvant dévier des solutions uniformes imposées par le législateur pour mieux répondre aux ambitions des parties concernées;
- de retirer aux revenus de remplacement les éléments dissuasifs en vue

d'encourager la recherche d'un nouvel emploi;

- d'appliquer des grilles de salaires reposant davantage sur les compétences et les performances que sur l'âge ou l'ancienneté dans l'intérêt de l'employabilité des travailleurs âgés.

Toute réforme devra inévitablement faciliter le recours aux formes alternatives d'emploi, tout en laissant au marché de travail la possibilité de s'auto-régulariser et de s'adapter rapidement à de nouveaux développements et défis.

(communiqué par l'UEL) ■

Confédération Luxembourgeoise du Commerce

Plus proche du client: Donner au consommateur des alternatives aux achats à l'étranger



L'ameublement est une des branches où l'ampleur du tourisme commercial dépasse de loin les pronostics des statisticiens et des experts du commerce de détail.

La dernière édition du *statnews* confirme une évasion considérable du pouvoir d'achat vers l'étranger aux dépens du commerce de détail luxembourgeois. Cela donne l'impression que le nombre de magasins au Luxembourg serait insuffisant pour équiper ou nourrir ses résidents.

Dans les branches de l'ameublement, de l'équipement de la personne et de l'alimentaire, l'ampleur de ce tourisme commercial dépasse de loin les pronostics des statisticiens et des experts du commerce de détail.

Il est urgent d'accroître l'attractivité du commerce luxembourgeois.

La publication des résultats de l'enquête du STATEC intervient quelques jours seulement après le lancement par le Gouvernement et la clc du programme «Luxembourg, pôle de commerce de la Grande Région». L'objectif du projet est de faire une analyse des forces et des faiblesses du commerce de détail luxembourgeois et d'initier un certain nombre d'actions pour mettre en valeur le commerce du Luxembourg.

Un inventaire exhaustif de l'offre et une analyse des besoins et de la demande du consommateur sont actuellement réalisés dans le cadre du programme.

Tous les acteurs doivent s'atteler à la même tâche: devenir meilleurs! Pour parvenir, l'offre doit se rapprocher des attentes du consommateur. Il est indispensable que nous nous interroguions également sur la qualité du service ou la formation du personnel de vente. Le commerce de détail luxembourgeois a également des forces qu'il faudra davantage développer. En effet, les habitants des pays limitrophes sont nombreux à venir au Grand-Duché pour faire leurs courses.

(communiqué par la clc) ■

Loi sur la lutte antitabac: bilan positif dans les entreprises

La loi du 11 août 2006 relative à la lutte antitabac a introduit une disposition dans le droit du travail prévoyant l'obligation pour l'employeur de prendre «les mesures nécessaires afin que les travailleurs soient protégés de manière efficace contre les émanations résultant de la consommation de tabac d'autrui».

Afin de recenser les pratiques des entreprises dans le cadre de la mise en œuvre de cette obligation en matière de sécurité et de santé au travail, un questionnaire a été adressé aux entreprises des secteurs économiques financier, de l'industrie, du commerce et des services. Les résultats de cette enquête sont concluants:

- 72 % des entreprises ont introduit une interdiction totale de fumer dans les locaux fermés;
- 15,5 % ont soumis une partie de leurs locaux à l'interdiction de fumer.

Les entreprises se sont donc conformées à la loi. En effet, le résultat cumulé des enquêtes confirme le bilan positif du Ministère de la Santé en ce qui concerne la loi sur l'interdiction de fumer. Les différents secteurs ont trouvé des solutions spécifiques et les ont adaptées à leur environnement.

Cette approche très positive des entreprises en termes de politique de sécurité et de santé au travail laissent à penser que les entreprises ne jugent pas nécessaire une intervention par voie d'une réglementation supplémentaire.

Ainsi, 65 % des entreprises ayant répondu au questionnaire se sont prononcées en faveur d'une liberté de fixer elles-mêmes les règles anti-tabac en interne.

(communiqué par l'UEL) ■



FFCEL

Claudine Speltz réélue

Le nouveau conseil d'administration de la Fédération des Femmes Cheffes d'Entreprise, élu en janvier 2007 par l'Assemblée Générale, s'est récemment réuni pour élire son Bureau. Le mandat de la présidente sortante, Claudine Speltz, a été renouvelé pour une nouvelle période de deux ans.

Madame Speltz est assistée dans sa tâche par la vice-présidente, Joelle Letsch, par la secrétaire générale, Françoise Folmer, par la secrétaire, Maria Pietrangeli, par la trésorière, Nicole Avez-Nana, ainsi que par les membres du CA, Eva Ferranti, Betty Fontaine et Daniela Clara Moraru. Lors de sa première réunion, le Conseil a exprimé sa volonté de confirmer la FFCEL comme organisme représentatif des femmes cheffes d'entreprise du Grand-Duché.

Dans cet ordre d'idées, le renforcement des liens entre les membres et



l'augmentation de la visibilité de la fédération sur le plan national et international deviennent les deux axes d'ac-

tion prioritaires de la FFCEL pour 2007-2009. Pour plus d'informations: www.ffcel.lu. ■

Neuer Vorstand

Dirk Sumkötter neuer Präsident des Buchverlegerverbandes



Der neue Vorstand: Françoise Schlink (cl), Manuel Schortgen (Schatzmeister), Paul Bauler (Kordinator), Dirk Sumkötter (Präsident), Alexandra Fixmer (Sekretärin), Susanne Jaspers (Vize-Präsidentin).

Im Rahmen einer außerordentlichen Generalversammlung hat der luxemburgische Buchverlegerverband einen neuen Vorstand gewählt. Dirk Sumkötter, Verlagsleiter der Éditions Saint-Paul, tritt erstmals das Amt des Präsidenten an. Neue Vize-Präsidentin ist Susanne Jaspers von Éditions Guy Binsfeld.

Als weitere Vorstandsmitglieder wurden Paul Bauler (Éditions Paul Bauler), Alexandra Fixmer (Éditions Phi) sowie Manuel Schortgen (Editions Schortgen) gewählt. Der neue Vorstand bedankt sich bei den scheidenden Vorstands-

mitgliedern, Albert Daming, Jean-Paul Schortgen und Nadine Mersch für ihr langjähriges Engagement.

In seiner ersten Arbeitssitzung definierte der neu gewählte Vorstand seine Prioritäten. Im Jahr 2007 sollen nicht nur neue Mitglieder gewonnen werden. Vor allem beabsichtigt der Vorstand, die politische Interessenvertretung und Öffentlichkeitsarbeit zu intensivieren, um „zu entscheidenden Fragen rund um das Thema Buch Stellung zu beziehen.“

Überdies legen die luxemburgischen Buchverleger großen Wert darauf, ihre Präsenz auf internationalem und nati-

onalem Parkett zu verstärken. Der heimische Buchverlegerverband wird demnach 2007 an den beiden bedeutsamsten internationalen Buchmessen im deutsch- und französischsprachigen Raum teilnehmen, nämlich der Frankfurter Buchmesse und dem Pariser „Salon du Livre“. Darüber hinaus wird der Verband bei den Messen in Brüssel, Metz und Nancy sowie in Luxemburg bei der Frühjahrsmesse und den „Walfer Bicherdeeg“ mit einem eigenen Stand vertreten sein.

Durch eine enge Zusammenarbeit mit Partnerinstitutionen und gezielte Veranstaltungen soll die luxemburgische Präsenz auf Buchmessen im Jahr 2007 nachhaltig attraktiver gestaltet werden. Darüber hinaus steht für den Verband die dritte Auflage des Publikumspreises der besten luxemburgischen Bücher des Jahres im Rahmen der „Walfer Bicherdeeg“ an. Mit einem neuen Konzept erhofft sich der Verband, die Erfolge der beiden letzten Auflagen noch überbieten zu können.

Als eine seiner wichtigsten Aufgaben betrachtet es der neue Vorstand, einen Katalog, in dem die luxemburgischen Verleger und ihre jeweiligen Tätigkeitsfelder vorgestellt werden, zu veröffentlichen. Schließlich soll 2007 die Neuausrichtung des Verbandes visuell durch die Konzeption eines neuen Verbandslogos unterstrichen werden.

Der neue Vorstand und die Mitglieder des luxemburgischen Buchverlegerverbandes freuen sich auf die neuen Herausforderungen im Jahr des 25-jährigen Verbandsjubiläums, denen sie sich mit viel Elan und Enthusiasmus stellen. ■

Statut unique: Un premier pas dans la bonne direction?

Il y a quelques jours encore, le ministre Di Bartolomeo blâmait les fédérations patronales de ne pas expliquer convenablement les tenants et aboutissants du modèle gouvernemental, et de ne pas évoquer les multiples avantages qu'il présente pour les entreprises.

Il est vrai que notre Gouvernement avait bel et bien mis en perspectives quelques mécanismes pouvant aider à amortir le coût de la prise en charge par l'entreprise de la continuation du paiement de salaire en cas de maladie d'un ouvrier. Mais du seul fait d'être peu précis et non-chiffrables, ces «avantages» restaient et restent cruellement fades par rapport à l'ardoise annuelle de 55 millions d'euros auxquelles les entreprises devront seules faire face après une période transitoire de 5 ans.

Jusqu'à présent, notre revendication de fournir aux entreprises, dès maintenant, des moyens pour combattre l'absentéisme abusif avait obtenu une fin de non-recevoir. En matière de droit de travail notamment, l'idée du gouvernement se résumait à un simple alignement du régime unique sur celui des employés privés tout en confiant aux entreprises le soin de financer les coûts

supplémentaires, notamment engendrés par un nouveau régime des heures supplémentaires dont le taux de majoration pour les ouvriers augmenterait du simple au double. Le gouvernement ne devrait donc pas se montrer étonné des actions récentes de nombreux patrons qui par crainte d'un lendemain incertain, s'adressent directement aux ministres responsables.

Tout en accueillant très favorablement la déclaration du premier ministre Jean-Claude Juncker de vouloir s'attaquer au fléau de l'absentéisme abusif avant l'introduction du statut unique en 2009, la clc souhaite rappeler le principe de la neutralité financière qui constitue une condition essentielle pour la réalisation de cette réforme.

Dès lors, la clc insiste sur une révision du concept gouvernemental afin de ne pas provoquer une mobilisation des entreprises. L'enjeu est double: sauvegarder le modèle luxembourgeois et éviter la réduction d'emplois, provenant de la cessation ou de la délocalisation partielle ou complète d'activités.

(communiqué par la clc) ■



Confédération Luxembourgeoise du Commerce:

Jacques Piroux nouveau Directeur adjoint de la clc

Afin de renforcer son équipe, la clc (Confédération Luxembourgeoise du Commerce) qui assure la défense des intérêts des secteurs commerce, transport et services a recruté Jacques Piroux en tant que Directeur adjoint.

Licencié en Sciences commerciales et financières, il sera entre autres responsable de la communication et dirigera le secrétariat en place.

Agé de 37 ans, il avait commencé sa carrière auprès de Fost Plus en Belgique et puis avait participé à la création de l'asbl Valorlux.

Après plus de 5 années auprès de Fortis Banque Luxembourg, il a quitté son poste de chef de Projets Communication pour rejoindre la clc.



Conventions-cadres ABL-luxorr-Sacemlux

La Place financière luxembourgeoise dans le respect des droits d'auteur



Les conventions-cadres que l'ABBL vient de signer avec luxorr et Sacemlux permettent aux entreprises membres de l'ABBL de légaliser leur utilisation du droit de reproduction et l'utilisation des œuvres musicales dans le contexte des attentes téléphoniques

L'ABBL, l'association des banques et banquiers, Luxembourg, vient de conclure deux accords concernant l'utilisation de certains droits d'auteur par leurs 134 membres.

Un premier contrat cadre a été signé entre l'ABBL et luxorr (Luxembourg Organization for Reproduction Rights), la société de gestion de droits de reproduction et de prêt d'œuvres protégées écrites et picturales fixes. Cet instrument permet aux entreprises membres de l'ABBL de légaliser leur utilisation du droit de reproduction par reprographie de textes et d'images protégés à partir de supports traditionnels (livres, presse...) et électroniques (internet), respectivement du droit de reproduction par numérisation («scanning») d'articles de presse sous forme de panorama de presse diffusé sur intranet.

Une deuxième convention a été conclue entre l'ABBL et Sacemlux, l'organisme de gestion de droits dans le domaine des œuvres sonores. Elle régularise l'utilisation des œuvres musicales dans le contexte des attentes téléphoniques offertes par les entreprises membres de l'association.

Les accords ont été présentés officiellement le 17 janvier par l'ABBL dans les locaux de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.

Ces conventions permettent aux membres de l'ABBL

1. de légaliser leur utilisation des droits d'auteur,
2. de démontrer ainsi leur respect devant la créativité et l'innovation,
3. d'obtenir une sécurité juridique dans un domaine sensible,
4. de pouvoir utiliser à la fois un répertoire national et international de droits,
5. d'être régulièrement informées sur l'évolution rapide et complexe en matière de droits d'auteur,
6. et finalement de bénéficier de tarifs d'utilisation préférentiels tout en évitant de devoir négocier des accords bilatéraux avec luxorr et Sacemlux.

L'origine des accords remonte aux obligations légales des entreprises, administrations, organisations et autres utilisateurs publics et privés relatives aux droits d'auteur, telles que définies dans la directive européenne du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information, dans la directive du 29 avril 2004 relative au respect des droits de propriété intellectuelle ainsi que dans la loi modifiée du 18 avril 2001 sur les droits d'auteur, les droits voisins et les bases de données au Grand-Duché de Luxembourg.

La portée des accords se mesure notamment face à l'importance mondiale croissante – économique, sociale et culturelle – de la protection des droits intellectuels et de la propriété intellectuelle en général et des droits d'auteur en particulier dans la société de l'information et de la connaissance naissante et de la stratégie de Lisbonne de l'Union européenne. Dans ce contexte, il est utile de rappeler que l'Union européenne vient d'annoncer un renforcement du volet pénal en cas d'infraction à la propriété intellectuelle et d'intensifier la collaboration en la matière avec les Etats-Unis d'Amérique.

(communiqué conjointement par l'ABBL, luxorr et Sacemlux) ■

PARTENAIRES SOCIAUX SA

LE SPECIALISTE DU SALAIRE AU GRAND-DUCHE PLUS DE 500 UTILISATEURS

SOLUTION INFORMATIQUE POUR LE CALCUL DES SALAIRES ET LA GESTION DU PERSONNEL, FONCTIONNANT ENTIEREMENT SOUS WINDOWS

PRESENTATION GRATUITE, A DOMICILE

UNE SOLUTION D'AVENIR POUR LES PME ET FIDUCIAIRES

Tél.: 26 44 78 51

Fax: 26 44 78 58

www.partenaires.lu

e-mail: info@partenaires.lu



Lancement du programme «Luxembourg, pôle du commerce de la Grande-Région»

Début février, Monsieur Fernand Boden, Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement, représentant le Gouvernement et M. Erny Lamborelle, Président de la clc (Confédération luxembourgeoise du commerce) ont signé la convention de coopération en vue de la réalisation du programme d'actions intitulé «Luxembourg, pôle du commerce de la Grande-Région».

Dans son avis du 28 avril 2006, le Comité de coordination tripartite avait retenu que le Gouvernement soutiendrait des activités de promotion du commerce luxembourgeois au Luxembourg et dans la Grande-Région. Un crédit de 2,5 millions d'euros a été prévu à cet effet dans le Budget de l'Etat pour l'exercice 2007. Des fonds privés d'au moins 830.000 € contribueront à la couverture des dépenses prévues dans le budget du programme.

En tant que responsable du projet, la clc a mis en place une équipe de 4 personnes qui est chargée de la conception des projets, de l'organisation de leur mise en œuvre, du suivi et de l'évaluation. L'équipe travaillera en étroite collaboration avec un comité de pilotage consultatif et des comités d'experts. Les décisions stratégiques seront prises par un comité directeur regroupant les responsables de la clc, de la Fédération des Artisans et de l'Horesca.

La première mission du «project team» consiste à étudier le profil et les attentes du consommateur, à dresser un bilan de l'existant et à mener une analyse sur les forces et faiblesses du commerce luxembourgeois, les risques et les opportunités. Les projets et sous-projets se dégageront de la synthèse de ces études et analyses préalables. L'évènement marquant le début du programme sera le «shopping award». Le grand public aura la possibilité de décerner un prix à ses commerces les plus appréciés. ■



Le Gouvernement débloque un crédit de 2,5 millions d'euros pour soutenir les activités de promotion du commerce luxembourgeois dans la Grande Région

L'INNOVATION PAR LA FORMATION CONTINUE DE L'INGÉNIEUR ET DU CADRE

130 formations dans les domaines :

- Entrepreneurship & Innovation
- Technologies pour la Santé
- Technologies pour l'Environnement
- Technologies & Innovation pour le Bâtiment
- Veille Technologique & Information
- Technologies de l'Information
- Pilotage stratégique
- Gestion de projet
- Qualité & Évaluation des processus
- Production & Logistique

Téléchargez le catalogue de formation 2007 sur www.sitec.lu ou renvoyez le coupon ci-dessus dûment rempli à

SITec® La Formation Continue de l'Ingénieur et du Cadre
UN DÉPARTEMENT DU CRP HENRI TUDOR

SITec® | 29, avenue John F. Kennedy | L-1855 Luxembourg
tél: +352 42 59 91 - 1 | fax : +352 42 59 91 - 301 | formation@tudor.lu | www.sitec.lu

DEMANDE DE CATALOGUE

Nom et Prénom* _____
Fonction _____
Société _____
Adresse* _____
C.P. et Ville* _____
Tél. _____
Fax _____
E-mail _____

* données obligatoires

EN BREF

Luxembourg féminin

Nouveau magazine féminin

Luxpress International vient de lancer un nouveau magazine féminin sous le titre «Luxembourg féminin». Tiré à 11.000 exemplaires, ce magazine de 132 pages en couleurs se veut le reflet de la mode et des tendances dans la grande Région. Dans le numéro de mars, le dossier du mois est consacré aux femmes de l'extrême, celles qui n'ont pas froid aux yeux. La ville d'Esch-sur-Alzette est également à l'honneur avec une jeune metteuse en scène et une interview plus personnelle de la

bourgmestre Lydia Mutsch. Enfin, la rubrique famille et société s'intéresse aux formations de l'Université de Metz et de l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce. «Luxembourg féminin» est proposé en vente aux kiosques pour 3 EUR.

Arcelor Mittal

Prix des aciers plats carbone en hausse en Europe

Arcelor Mittal annonce une hausse de prix moyenne de 5 % pour ses aciers plats carbone destinés à l'industrie générale en Europe, dans un contexte de marché globalement favorable. Dans le cadre de l'intégration commerciale de son activité aciers plats carbone en Europe, actuellement en cours, Arcelor Mittal publiera également un catalogue de prix modifié et unifié pour les suppléments mis en place pour certaines qualités et dimensions. L'augmentation de prix et le nouveau catalogue de prix seront effectifs à compter du 1^{er} avril 2007. Pour plus d'informations: www.arcelormittal.com.

Groupe Banque européenne d'investissement

La BEI soutient la modernisation de l'économie européenne

En 2006, le Groupe Banque européenne d'investissement, la banque des projets européens, a poursuivi son action en faveur de la modernisation des économies des États membres et des pays proches de l'Union. La nouvelle stratégie qualitative d'investissement et d'innovation financière décidée en juin 2005 par les gouverneurs de la BEI a été mise en œuvre. En 2006, la BEI a prêté un total de 45,8 milliards d'EUR à l'appui de projets concourant à la réalisation des politiques de l'Union européenne. Les financements accordés dans les États membres de l'UE, qui étaient alors au nombre de 25, se sont élevés à 39,8 milliards d'EUR, représentant 87 % des activités.

e-quizz

Remise des prix du jeu-concours «e-quizz»

Deux classes issues de l'Ecole Européenne et de l'Ecole Privée Fieldgen se sont imposées dans le jeu-concours «e-quizz» organisé par le Centre de Recherche Public – Gabriel Lippmann. Plusieurs centaines d'élèves issus de vingt lycées du pays ont

répondu aux questions portant sur les Sciences de l'environnement et les biotechnologies, la science des matériaux ou encore les technologies de l'information et de la communication. Les lycéens des deux classes gagnantes ont chacun reçu une clé USB et partiront au Parc d'Aventures Scientifiques (PASS) à Frameries en Belgique. La prochaine édition du jeu-concours aura lieu en novembre. «e-quizz» surfera sur l'actualité, en particulier celle de l'Année Polaire Internationale 2007-2009. Pour plus d'informations: www.e-quizz.lu.

Assurance

Bâloise et D.A.S. collaborent dans la protection juridique

Bâloise Assurances offrira à l'avenir à sa clientèle luxembourgeoise, les produits de protection juridique de D.A.S. Luxembourg. D.A.S est une société solidement établie au

Sidérurgie

Arcelor Mittal développe des activités d'extraction de minerai de fer au Sénégal

Arcelor Mittal, leader mondial de la sidérurgie, a annoncé la signature de divers Accords avec l'État du Sénégal, en Afrique Occidentale, visant à développer les activités d'extraction de minerai de fer dans la région de Faleme, au sud-est du Sénégal. Il est prévu que ce projet comporte un investissement d'environ USD 2,2 milliards.

Les réserves totales de minerai de fer estimées, se situant à quatre emplacements dans la région de Faleme, s'élèvent à quelque 750 millions de tonnes et comprennent des gisements d'hématite et de magnétite.

Le projet est un projet intégré d'activités minières et comprendra le développement de la mine, la construction d'un nouveau port près de Dakar, ainsi que le développement d'environ 750 km d'infrastructures ferroviaires pour relier la mine au port. Il est prévu que la mine entre en production en 2011.

Le projet se déroulera en plusieurs phases pour atteindre, à pleine production, une capacité annuelle comprise entre 15 millions et 25 millions de tonnes. La Société étudiera également de possibles investissements sélectifs dans les installations sidérurgiques en aval.

Les accords seront effectifs une fois que certaines conditions préalables auront été remplies. La Société assurera également son support envers la population du Sénégal, ceci faisant partie de son engagement à la Corporate Social Responsibility dans les pays dans lesquels elle est active.

Monsieur Lakshmi N. Mittal, Président et CEO d'Arcelor Mittal, s'est déclaré ravi d'avoir signé à Dakar ces accords fermes avec l'État du Sénégal. Une fois mené à terme, le projet de Faleme constituera une source importante et compétitive pour l'approvisionnement en minerai de fer des sites sidérurgiques du groupe dans le monde. ■

Easy Way Luxembourg

Qualified and experienced private chauffeurs on demand



private chauffeurs on demand in the Netherlands since 1990. With over 800 chauffeurs in employment, Easy Way is the Dutch market leader when it comes to private chauffeur services. In June 2006 the first foreign branch of Easy Way was founded in the Grand Duchy of Luxembourg. At this moment Easy Way Luxembourg has 13 chauffeurs at its disposal. The day-to-day management is in hands of Susy Maat-Van den Dobbelen.

Easy Way Luxembourg provides qualified and experienced private chauffeurs on demand to chauffeur business people in their own car to appointments in Luxembourg or abroad. Easy Way is a professional organization that has been providing

Easy Way Luxembourg provides private chauffeurs on demand to chauffeur business people in their own car to appointments in Luxembourg or abroad. This service is unique for

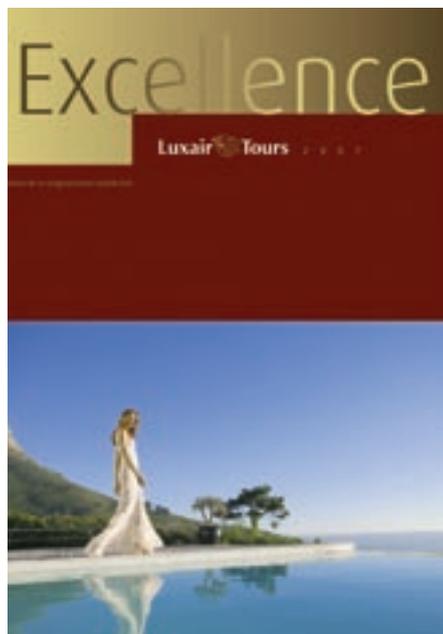
Luxembourg. At this moment most of the business people in Luxembourg either take a plane or drive themselves to their appointments abroad. This can be tiring and is time-inefficient. Making use of a private chauffeur in your own car will increase flexibility and efficiency. During travelling time clients can work, make telephone calls,

prepare meetings etc. Also from a traffic safety point of view, this service is an interesting solution.

The service is available 24 hours a day, 7 days a week. The office is open to take reservations between 08:30 and 18:00 on weekdays. Preferably reservations must be made at least 24 hours before the trip. ■

Luxair Tours

Excellence: Nouvelle brochure pour voyages haut de gamme



Iles Canaries, Andalousie, Italie, Egypte, Maroc ou Méditerranée orientale, la brochure «Excellence» propose 23 hôtels pour 19 destinations qui sont le top de ce qui se fait en matière d'hôtellerie. Situation extraordinaire, aménagés formidablement, vaste offre de loisirs et de gastronomie, paradis pour golfeurs ou amis de la nature, centres de Thalasso ou de Wellness exclusifs, architecture raffinée et atmosphère luxueuse. La brochure propose également de découvrir une ville avec les hôtels ExcellenCity. 8 villes et 8 hôtels mondialement connus tels que Ritz, Adlon, Sacher, Carlton ou Negresco de Russie. Ces «monuments nationaux» et hôtels-palais qui combinent charme traditionnel et cachet personnel avec une situation centrale sont le point de départ idéal pour découvrir une ville.

Chacun a en tête quelques endroits enchanteurs ou quelques noms d'hôtels où il rêve de séjourner. Luxair Tours a décidé de donner un coup de pouce pour que ces rêves deviennent réalité et a minutieusement sélectionné des hôtels qui proposent des environnements privilégiés de loisirs et d'activités qui font rêver.

La nouvelle brochure «Excellence» présente ces endroits enchanteurs sur 108 pages et propose des séjours aussi bien en ville qu'au soleil.

Tous les établissements répondent aux normes de qualité les plus élevées et aux attentes des plus exigeants puisqu'il s'agit exclusivement d'hôtels de grand luxe. ■

Les clients «Excellence» profitent du service de qualité Luxair Tours avant et pendant le voyage comme le parking gratuit à l'aéroport, le forfait complet d'assurances ou le guide à destination pour les hôtels ExcellenSea. En plus, ils profitent d'une franchise de 30 kg de bagages quand ils s'enregistrent au comptoir Affaires et peuvent attendre le départ au salon VIP de l'aéroport de Luxembourg, puis profiter à destination d'un transfert individuel entre l'aéroport et l'hôtel.

Pour des renseignements supplémentaires, les intéressés peuvent contacter leur agence de voyages, le Call Center Luxair Tours au 2456-4711 ou bien consulter le site Internet www.luxair.lu. ■

EN BREF

Grand-Duché. Grâce à ce partenariat stratégique, Bâloise Assurances pourra optimiser ses activités dans le domaine de la protection juridique dans le but d'offrir à ses clients une protection juridique intégrale moyennant un seul contrat. La Bâloise intégrera dans son offre les produits de la D.A.S. qui sont déjà bien introduits sur le marché. Par ce biais, Bâloise Assurances a également accès au réseau européen du groupe D.A.S. en matière de protection juridique.

Valorlux

L'action «éco-sac»: Phase II

Suite à un premier accord, le Ministère et l'Administration de l'Environnement, la clc et VALORLUX asbl ont lancé l'action «éco-sac». Celle-ci avait pour but de réduire l'usage des sacs de caisse à usage unique gratuits et d'épargner nos ressources naturelles. 26 enseignes ont distribué plus de 770.000 éco-sacs réutilisables en moins de trois ans. La plupart des enseignes ont initié la deuxième phase du projet: supprimer leurs sacs de caisse à usage unique gratuits au profit de l'éco-sac écologique, le seul sac réutilisable et remplacé s'il est abîmé. Les enquêtes menées régulièrement auprès des consommateurs confirment le succès du projet. Pour plus d'informations: www.emwelt.lu.



1, 2, 3, GO

La Spuerkeess rejoint les partenaires de Business Initiative a.s.b.l.

Business Initiative a.s.b.l. vient d'annoncer que la Banque et Caisse d'Épargne et de l'Etat Luxembourg (B.C.E.E.) vient de rejoindre les partenaires de B.I., au même titre que PriceWaterhouseCoopers et EUROBE-TON S.A., et soutiendra donc le réseau Grande-Région 1, 2, 3, GO dans ses activités d'aide à la rédaction de plans d'affaires gagnants pour porteurs de projet innovants. 1, 2, 3, GO connaît un succès grandissant puisque, d'année en année, le nombre de projets déposés ne cessent de croître ainsi que la qualité de ces projets. Le bilan chiffré est particulièrement révélateur du succès de ce concept: près de 850 emplois créés dans la Grande Région, par 159 sociétés, représentant un CA de 48 millions d'euros depuis la création de l'association en 2001! Ceci représente un taux de réussite très élevé puisque 75 % des sociétés créées franchissent la barre des 3 ans (contre 50 % selon les statistiques générales). Pour plus d'infos: <http://www.123go-networking.org>.

Lingerie

Hunkemöller ouvre un nouveau magasin au Kirchberg

Fin février Hunkemöller a ouvert un nouveau magasin rue Alphonse Weicker à Kirchberg avec la vocation de surprendre, chouchouter et faire plaisir aux femmes. Mme Fink, gérante de la filiale, et ses collaboratrices proposent outre l'assortiment de base bien connu, toutes les quatre semaines une nouvelle collection composée de lingerie de luxe et de vêtements de détente, de nuit et de bain tendance. A l'approche de l'été, la nouvelle collection de maillots de bain est aussi d'ores et déjà disponible dans les boutiques. La collection de printemps d'Hunkemöller se place sous le signe latino et utilisant le blanc et le noir.



Pythagore

Nouvelle librairie à Bonnevoie

La librairie Pythagore vient de réouvrir ses portes au 30, rue de Hesperange à L-1731 Luxembourg dans le quartier de Bonnevoie. La librairie est spécialisée dans les domaines suivants: spiritualité, psychologie, philosophie, ésotérisme, santé naturelle et pratiques de mieux-être. Loin de tout sectarisme, les ouvrages et musiques qui y sont proposés visent à guider les clients dans la voie de leur développement intérieur et de leur mieux-être hic et nunc (ici, sur terre et maintenant). Avis aux amateurs!

Ettelbrück

Opti-Vue vergrößert sein Angebot



EN BREF

Librairie Ernster

Le personnel à l'honneur

Le samedi 13 janvier, la librairie ERNSTER a organisé sa fête traditionnelle de nouvel an au «Roud Haus» à Cents. A cette occasion, Madame et Monsieur Fernand Ernster ont eu la joie de récompenser

deux collaborateurs, Madame Lotti Dawson et Monsieur Christian Schweitzer pour leur dixième anniversaire au sein de l'entreprise.

LuxTrust S.A.

Reconnaissance internationale avec Cybertrust

LuxTrust S.A., la plateforme de certification électronique au Luxembourg, a choisi Cybertrust, le spécialiste de la sécurité informatique reconnu au niveau international, pour étayer son infrastructure à clé publique. L'utilisation et l'accessibilité des différents services en sera sensiblement élargie. Constituée en novembre 2005, LuxTrust S.A. développe et gère une infrastructure à clé publique qui couvre les besoins de l'ensemble de l'économie luxembourgeoise et du secteur public. LuxTrust S.A. a choisi de combiner ses propres procédures de certification à la certification Omnicert de Cybertrust, le leader mondial de la sécurité informatique. Avec cette double certification, plus de 99 % des navigateurs Internet dans le monde, ainsi que les serveurs, clients-mail, téléphones, ordinateurs portables et systèmes d'exploitation, les plus utilisés au monde, reconnaissent la valeur des certificats émis par LuxTrust S.A. et la sécurité garantie par les procédures de certification LuxTrust. Pour plus d'infos www.luxtrust.lu.

WSI Conference

Website Sales Conversion Path Workshop

Attracting visitors to your website is not enough to make them buy from you. Your website needs to lead the visitors through the maze of information and encourage them to make a purchase from you. The "Website Sales Conversion Path" workshop will show how you are able to profile your customers and then give them the information appropriate to their profile so that they can make their decision. During the workshop, participants will learn the "Conversion Architecture" and will apply that theory by working directly on their own project. The workshop will be held at the Luxembourg Chambre de Commerce on the Kirchberg. For more information: www.wsiluxembourg.com.

Seit 22 Jahren besteht inzwischen das Optikerfachgeschäft Opti-Vue auf Nummer 44 in der Grand'Rue, und während in den Anfangsjahren lediglich zwei Spezialisten, und zwar Henri Boulmont und Erny Weiwertz hier im Dienst des Kunden standen, sind es jetzt, nach einer großen Wiedereröffnung, insgesamt 12 Fachkräfte, die den Kunden mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Nachdem das Geschäft bereits einmal im Jahr 1998 vergrößert worden war, erwies es sich in den letzten Jahren nicht mehr den wachsenden Kundenbedürfnissen gerecht, und so wurde beschlossen, in einer 2. Ausbautetapen den

ersten Stock in die Geschäftsfläche mit einzubeziehen und damit die Räumlichkeiten beträchtlich zu erweitern. Gleichzeitig wurde der komplette Betrieb mit neuen Möbeln und aktualisiertem Design auf einen modernen Stand gebracht. Am 20. Oktober 2006 wurde dann die offizielle Wiedereröffnung gefeiert.

Bei Opti-Vue in Ettelbrück findet man zahlreiche Brillenmodelle, die von der Krankenkasse zurückerstattet werden. Insgesamt werden über 3.000 verschiedene Monturen der bekanntesten Hersteller angeboten, des Weiteren sind etwa 5000 verschiedene Brillengläser ständig auf Lager, so daß ohne Problem eine neue Brille innerhalb einer Stunde angefertigt werden kann. Weiter in das umfangreiche Angebot gehören natürlich auch Kontaktlinsen jeder Art, die ebenfalls größtenteils auf Lager sind und spezielle Sehhilfen für Sehbehinderte.

Opti-Vue bietet auch eine kostenlose Versicherung mit dem Namen FIDELIS an, die es Ihnen erlaubt, die Brille während den ersten 14 Tagen komplett auszutauschen oder, im Falle eines Unfalls, eine kostengünstige Lösung zu finden.

Diebstahl wird ebenfalls voll versichert. Das Geschäft in Ettelbrück ist geöffnet montags bis freitags von 09:00-18:00 Uhr, samstags von 09:00-17:00 Uhr. ■

Solutions informatiques

Primesphere obtient le prix HP OpenView EMEA Partner Award

HP a annoncé le nom des lauréats de sa neuvième édition des «Business Partner of the Year Awards». A cette occasion, primesphere s.a. (Luxembourg) s'est vue attribuer pour la deuxième fois consécutive le prix «HP Software Partner of the Year Award».

Les prix HP sont décernés aux partenaires de HP en Europe, au Moyen-

Orient et en Afrique (EMEA), qui ont fait preuve, dans l'année, d'un engagement exceptionnel dans la commercialisation et l'implémentation des solutions logicielles HP OpenView et HP OpenCall.

Les prix ont été remis lors de la conférence HP Software Universe 2006, qui s'est tenue à Vienne, Autriche. La conférence avait pour thème principal

les possibilités qu'ont les départements IT pour se positionner sur la table stratégique.

Lorsque les biens IT sont optimisés, automatisés et alignés sur les objectifs commerciaux, un département IT est à même de faire plus qu'uniquement permettre à l'entreprise de fonctionner – il se développe plutôt pas à pas, pour devenir une force stratégique qui contribue à ce que l'entreprise identifie de nouvelles opportunités, ouvre de nouveaux marchés et atteigne de nouveaux clients.

Le prix «HP OpenView Software Partner of the Year» récompense les partenaires HP Software qui ont parfaitement réussi à atteindre les objectifs commerciaux et qui ont eu un impact sur les marchés locaux ou régionaux, en développant de fortes relations avec HP et avec les clients. Le prix récompense également les partenaires ayant réussi des avancées majeures dans certains projets, atteint des volumes de commandes remarquables et excellé dans le développement de solutions communes. ■



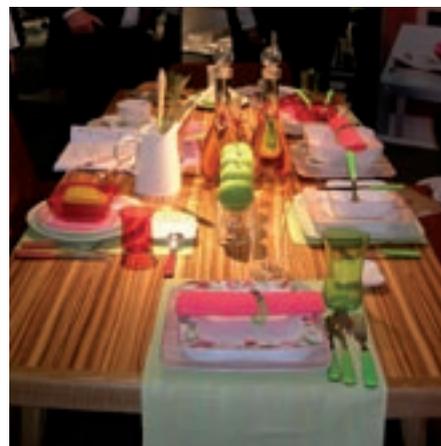
Arts de la Table

Villeroy & Boch au salon «Ambiente» de Francfort

Cette année encore, Villeroy & Boch aura accueilli plus d'une centaine de milliers de visiteurs au plus grand salon de biens de consommation du monde, le salon «Ambiente» qui a eu lieu du 9 au 13 février à Francfort/Main. A l'adresse «Avenue Villeroy & Boch», l'entreprise a présenté les principales nouveautés de la collection printemps des Arts de la Table et ses tendances pour l'année 2007.

La nouvelle collection «vivo/Villeroy & Boch» a été particulièrement mise en valeur, au même titre que les séries asymétriques, fabriquées en grande partie au Luxembourg. Avec «vivo», la toute nouvelle collection, dont les prix sont nettement inférieurs à la marque premium, le créateur de tendances Vil-

leroy & Boch souhaite atteindre une nouvelle clientèle qui jusqu'à présent ne pouvait pas être servie par les gammes existantes. L'entreprise contribue parallèlement au déploiement de sa présence dans les marchés en pleine expansion tels que l'Espagne, la Suède, la Belgique, les Pays-Bas, la Grande-Bretagne, le Proche et le Moyen-Orient, et l'Australie. Par ailleurs, une nouvelle technique de fabrication innovante pour la production de pièces creuses, sera mise en place dès cette année sur le site de Villeroy & Boch au Luxembourg. Elle devrait contribuer à développer davantage l'avance technologique sur le site luxembourgeois et ainsi en assurer sa pérennité. Pour de plus amples informations: www.villeroy-boch.com. ■



Une nouvelle collection inédite, de nouveaux marchés, des extensions de gamme pour les séries à succès et des techniques de production à la pointe du progrès assurent le succès de la société de renommée mondiale

VIP Flex Lease

Lancement de la première solution de leasing à la carte

Partant du constat que les solutions de leasing opérationnel en matière d'automobile ne répondaient pas pleinement aux attentes de la clientèle, SIT Lease a décidé de lancer le VIP Flex Lease. SIT Lease est une filiale de SIT Group qui regroupe différentes entités actives dans le domaine de l'informatique, la téléphonie et l'évènementiel automobile.

VIP Flex Lease est un produit de leasing automobile à la carte. En complément d'une solution de leasing opéra-

tionnel classique, SIT Lease propose la possibilité d'accéder à des mises à dispositions ponctuelles de véhicules de type 4X4, Monospace, Cabriolet ainsi que des plus prestigieuses GT du monde.

En guise d'exemple, dans un seul contrat de leasing, SIT Lease inclut la berline de tous les jours, le 4X4 pour la semaine annuelle de sport d'hiver, le monospace ou le SUV pour les vacances en famille et, pourquoi pas, la Ferrari pour un WE en amoureux. Inversement, pour les conducteurs souhaitant



rouler toute l'année en véhicule sportif, VIP Flex Lease propose la mise à disposition de véhicules spacieux lors des «sorties» en famille, et ce, dans un seul contrat de leasing. Pour plus d'infos: www.sitlease.com ■

Entreprenariat

Enquête Fortis sur le profil de l'entrepreneur européen



Fortis s'intéresse de près à ses clients chefs d'entreprise

En coopération avec McKinsey & Company et TNS Sofres, Fortis a réalisé en automne 2006 une enquête paneuropéenne visant à identifier le profil des chefs d'entreprise européens et d'inventorier leurs besoins financiers.

«Les résultats de cette étude, menée dans cinq pays européens (Belgique, France, Pays-Bas, Royaume-Uni, Espagne) confirment, d'un côté, un certain

nombre de choses que nous savions déjà, mais révèlent d'un autre côté des réalités moins évidentes dont nous tiendrons compte dans notre offre de services», commente Camille Fohl, membre du Comité de direction de Fortis Banque Luxembourg et CEO Commercial Banking du groupe Fortis.

En effet, cette enquête a révélé que près d'un tiers des entrepreneurs ne connaissent pas la valeur de marché de leur entreprise. Et 40 % des entrepreneurs qui envisagent le transfert de leur entreprise dans les cinq ans à venir n'ont pas encore commencé à le préparer. Autre observation intéressante: deux tiers des chefs d'entreprise considèrent que leurs collaborateurs constituent le capital le plus précieux de leur société. Et la moitié des chefs d'entreprise se considèrent comme des «self-made men».

Beaucoup plus évidente, par contre, est l'observation que les besoins de l'entrepreneur changent dans le temps et en fonction du développement de l'entreprise. Qu'il s'agisse du besoin de crédit dans la phase de création, du besoin d'un conseiller financier flexible et multi-disciplinaire dans la phase de croissance/d'acquisition ou encore de la préparation de

la succession. Et puis, à côté du volet professionnel, il y a évidemment les besoins privés de l'entrepreneur.

Camille Fohl: «Trois quarts des chefs d'entreprise interrogés privilégient un banquier unique pour leurs besoins professionnels et privés.

Pour nous en tant que banquier, cette étude confirme que notre approche entreprise/entrepreneur, qui consiste à servir à la fois les besoins financiers de l'entreprise et les besoins privés de l'entrepreneur, est la bonne. En coopération étroite avec Fortis Intertrust et Fortis Luxembourg Assurances, nous sommes en mesure d'accompagner les entreprises depuis leur création jusqu'à la maturité et de proposer une gamme de solutions intégrées aux entrepreneurs en matière de transfert/succession ou de gestion de fortune. A travers le réseau international du groupe Fortis, qui compte aujourd'hui 125 Business Centers dans 19 pays, nous sommes par ailleurs parfaitement positionnés pour accompagner les entreprises dans leur développement transfrontalier et international.»

La brochure présentant les résultats de l'enquête peut être commandée par e-mail auprès de eliane.thines@fortis.lu. ■

Communication

Ribs, une agence de publicité un brin décalée



Patrick Cousin, le créateur et patron de l'agence Ribs

Il y a cinq ans Patrick Cousin, jeune publicitaire passionné par la créativité et la communication, a créé l'agence de publicité et de conseil en communication Ribs.

Depuis lors, Ribs a su séduire de nombreuses entreprises et institutions actives dans des secteurs aussi divers que la médecine, les finances, l'institutionnel, la logistique, la métallurgie ou encore le tourisme et la mode. Agence full service, Ribs couvre tous les domaines de la communication: stratégie publicitaire, communication institutionnelle et produit, plans média, print, signalétique et identité visuelle, packaging, développement Internet...

Chez Ribs, chaque client est un VIP, et pour relever le pari d'une relation de qualité, Patrick Cousin et ses collaborateurs privilégient un contact personnalisé et une écoute permanente. L'agence assure à ses clients une qualité sans faille à chaque étape de la réalisation de ses projets en leur proposant un interlocuteur unique qui maîtrise les moindres aspects de la mission qui lui est assignée.

Avec son nouveau siège au Grand-Duché de Luxembourg et son siège belge, Ribs compte aujourd'hui une quinzaine d'amoureux de la pub et de la com: créatifs, graphistes, rédacteurs, spécialistes en packaging, médiaplanning, audiovisuel et Internet. Pour plus d'infos www.ribs.lu. ■

Bienvenue au Luxembourg



Le Berceau des Traditions

le
Grand
ducal
— ★ ★ ★ ★ ★ —

July
Opening 2007
Luxembourg-city

SOFITEL LE GRAND DUCAL LUXEMBOURG

40 boulevard d'Avranches • L-1160 Luxembourg
TÉL.: +352 24 87 71 • FAX: +352 26 48 02 23 • www.sofitel.com • www.sofitellu.com

!Nouveau!

Promouvoir la responsabilité sociale des entreprises



Le restaurant gastronomique Speltz s'est vu attribuer la première certification biologique au Luxembourg

Le rapprochement de la Maison Speltz avec la pédagogie Waldorf s'est fait spontanément.



Afin de répondre à l'intérêt croissant manifesté pour la responsabilité sociale des entreprises, le Merkur propose désormais à ses lecteurs une série de témoignages sur les bonnes pratiques en RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) au sein des entreprises luxembourgeoises.

La RSE se définit comme un concept selon lequel les entreprises intègrent les enjeux sociaux et environnementaux dans leur gestion quotidienne, et dans leur interaction volontaire avec les parties intéressées.

L'interview de ce mois est consacrée au **Restaurant Speltz**. Depuis plusieurs années, Carlo et Isabelle Speltz travaillent à l'harmonisation de leur préoccupation croissante d'une alimentation saine. En juillet 2006, le restaurant s'est vu attribuer la première certification biologique à un restaurant gastronomique luxembourgeois, à savoir la prestigieuse certification écologique européenne «**EU-Öko-Verordnung**».

Merkur: Quelle est la motivation qui vous a poussés à mettre en œuvre les principes de RSE au sein de votre entreprise?

C. Speltz: Pour nous, une alimentation équilibrée va de pair avec des produits sains et contrôlés. Ces principes qui guident notre vie privée sont donc naturellement intégrés dans notre entreprise.

Merkur: A quels niveaux vos principes de RSE sont-ils mis en pratique?

C. Speltz: La RSE se décline en trois grands principes au sein de notre restaurant. Il y a d'abord la sélection de produits sains et/ou certifiés bio qui sont à la base d'une alimentation équilibrée et qui milite en faveur de la protection des animaux: par exemple, notre restaurant ne sert pas de cuisses de grenouille. La certification européenne Bio se rapporte aux ingrédients utilisés et garantit une chaîne sans faille à partir de la production en provenance de tous les fournisseurs jusqu'à leur aboutissement dans l'assiette du client. D'autre part, nous servons uniquement du café issu du commerce équitable.

Ensuite, au niveau de la gestion des déchets, nous avons mis en place un système très sophistiqué de séparation des déchets.

Enfin, nos principes de RSE ne seraient pas crédibles s'ils n'étaient pas vécus au jour le jour par le personnel du restaurant. L'équipe du personnel reçoit une formation continue en matière de connaissance de produits spécifiques et de leur utilisation, de façon à conseiller au mieux la clientèle. Les membres du personnel participent régulièrement à des réunions d'information où ils peuvent également soumettre des suggestions. Nous avons en outre misé sur la diversité du personnel qui doit dès son recrutement faire preuve d'ouverture aux théories d'alimentation naturelle et accepter les adaptations évolutives dans leur environnement de travail.

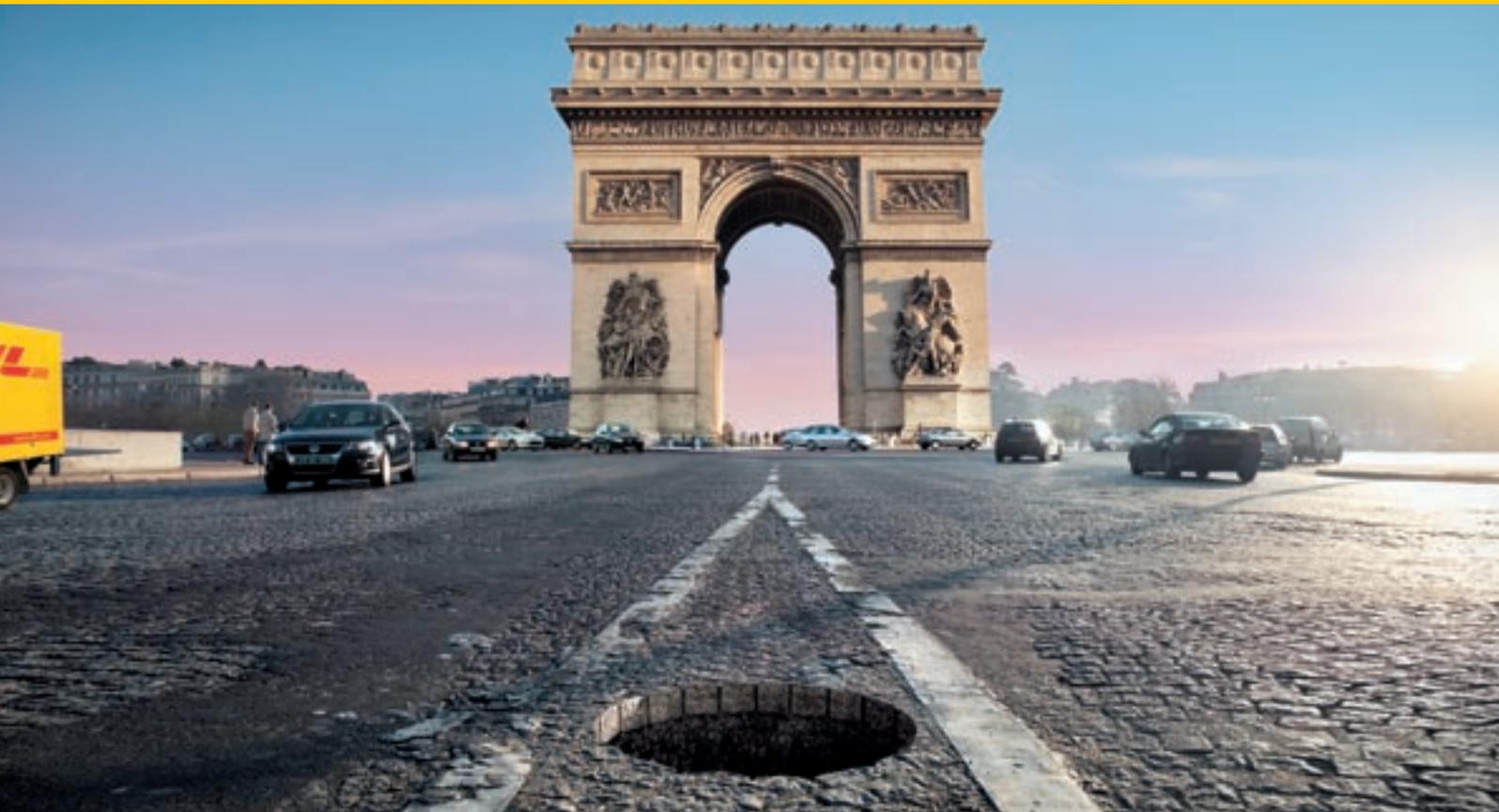
Merkur: Quels sont les bénéfices que vous tirez de votre politique RSE?

C. Speltz: Nos clients savent qu'ils sont bien conseillés lorsqu'ils opèrent leur choix entre des plats plutôt traditionnels et des suggestions labellisées biologiques. Ils peuvent se fier à un personnel bien formé et sont sûrs de la qualité et de la provenance des produits utilisés. A ce titre, l'école Waldorf nous a fait confiance. Depuis la rentrée 2006, notre restaurant fournit la cantine scolaire. C'est une première pour nous en matière de restauration d'entreprise.

Le mois prochain, le Merkur donnera la parole à la Société Electrique de l'Our (SEO).

Les entreprises qui souhaitent faire des commentaires ou donner leur avis sur la base de leur expérience en matière de RSE peuvent contacter François Nénon, tél.: +352 42 39 39-330, ou envoyer leurs commentaires à: entreprises@cc.lu.

ENCORE **PLUS VITE** VERS ET DEPUIS L'ASIE.

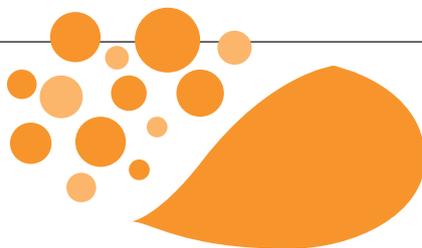


Pour relier A à B, DHL surmonte tous les obstacles. Personne ne dessert autant de villes asiatiques que DHL avant 9h et avant 12h. Sur place, vous pouvez compter sur plus de 45.000 experts dévoués qui connaissent l'Asie sur le bout des doigts. Et pour vous faire gagner encore plus de temps, vous réglez vos envois et formalités douanières en ligne. Sans encombres. Sans détours. Simple question de savoir-faire.

Faites un envoi maintenant et gagnez!
Surfez vite sur www.dhltime.lu

BY 9:00. BY 12:00. BY DHL.
www.dhltime.lu

DHL
EXPRESS



BOURSE D' ENTREPRISES



La «Bourse d'entreprises» laisse place à la «Bourse transfrontalière d'entreprises». Cette nouvelle initiative des Chambres de Commerce et d'Industrie de Namur, du Luxembourg belge, de Meurthe-et-Moselle et du Grand-Duché de Luxembourg vise à dynamiser la reprise d'entreprises sur le Luxembourg, la Belgique et la France en se dotant d'un outil informatique confidentiel et performant permettant la gestion des offres de cession et des demandes de reprises d'entreprises.

La bourse est disponible dès à présent en ligne sous:

www.bourse-entreprises.org

Lancement de la «**Bourse transfrontalière d'Entreprises**» un outil performant pour la cession et la reprise d'entreprises en Grande Région

Envie de reprendre ou de céder?
Envie de devenir intermédiaire
dans cette bourse?
Pour de plus amples renseignements,
l'Espace Entreprises reste
à votre disposition:

Espace Entreprises – Bourse d'Entreprises

7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg
E-mail: bourse@cc.lu
Tél.: +352 / 42 39 39 - 338
Fax: +352 / 43 83 26

La bourse facilite la transmission d'entreprises et la démarche des partenaires. Elle est guidée par la volonté de vouloir:

- créer une masse critique pour faciliter la rencontre entre cédants et repreneurs dans une vision de fluidité et de mise en réseau;
- dynamiser le marché de la transmission en terme de fiabilité des annonces et de professionnalisme des intervenants;
- promouvoir les territoires de chalandise de la Grande Région;
- pérenniser les activités économiques;
- sauvegarder l'emploi par le maintien d'entreprises rentables;
- développer l'esprit d'entreprendre par le biais de la reprise d'entreprise;
- assurer le contrôle de la qualité par le principe de la territorialité assorti d'un agrément préalable des intermédiaires professionnels sur base d'une charte de fonctionnement et de bonne conduite.

Cette action est co-financée par la Commission européenne dans le cadre du projet «RTCE».

(FLEXIBILITÉ)²



NEW NISSAN ATLEON

Les limites sont faites pour être dépassées. Le nouveau Atleon en est la preuve. Confort, polyvalence, sécurité, économie... la nouvelle gamme Atleon va plus loin dans tous les domaines. Les nouveaux moteurs Euro IV brillent autant par leurs performances que par leur faible coût d'utilisation. La flexibilité atteint un nouveau sommet grâce à des possibilités d'aménagement quasi illimitées. Quant à la vie à bord, tout est prévu pour que le chauffeur, les passagers et le chargement voyagent dans le plus grand confort et en toute sécurité. De 3,5 à 15 tonnes, permis B ou C, le nouveau Nissan Atleon se plie à toutes vos exigences, même les plus extrêmes.



NISSAN TRUCKS

SHIFT _smart solutions

BINSFELD DIFFERDANGE S.A.R.L.
Z.I. Haneboesch - L- 4562 DIFFERDANGE
Tél. 545056 - Fax 588111

SCHAUS A. S.P.R.L.
Route de Bastogne 469 - B-6700 ARLON
Tél. +32 63 23 03 03 - Fax +32 63 22 24 84

Bourse transfrontalière d'entreprises

Pour consulter le détail des dernières annonces, un nouveau site a été mis en place: www.bourse-entreprises.org. Afin d'obtenir toutes les informations relatives aux différentes offres, il vous suffit de vous inscrire via la rubrique «Acquisitions».

Horeca

Nord

Réf C617: Vends Hôtel-Restaurant, excellente situation, zone piétonne, grande terrasse, pour cause de retraite à Ettelbruck.

Réf C619: Vends Brasserie Restaurant avec chambres à louer au nord du pays.

Réf C621: Vends Hôtel-Restaurant Bar au nord du pays, excellente situation, zone piétonne, grande terrasse, entièrement rénové 2003-2004.

Réf C814: Vends fonds de commerce d'un restaurant-pizzeria dans le nord du pays avec 70 couverts, appartement privé et location de 7 chambres.

Réf C874: Vends Restaurant 60 couverts, terrasse 50 couverts, pizzeria au feu à bois, Hôtel 8 chambres, appartement pour 5 personnes, 2 chambres pour personnel.

Centre

Réf C620: Vends restaurant auberge dans les alentours de l'aéroport. Excellente situation. Installation et équipement nouveau.

Réf C622: Vends fonds de commerce d'un restaurant au centre ville pour délocalisation de l'entreprise.

Réf C751: Vends Hôtel-Restaurant +/- 3500 m²; 42 chambres; appartement; garage-parking; vente avec murs; administration avec magasin +/- 500 m².

Réf C796: Vends Hôtel-Restaurant avec 15 chambres et 130-150 couverts.

Réf C884: Vends Hôtel, 13 Chambres, Brasserie, Discothèque, Buanderie. Bâtisse et équipements techniques en bon état.

Réf C898: Vends Café-Restaurant, bail jusqu'en 2009

Réf C438: Vends Restaurant-Café avec piste de quilles et appartements

Sud

Réf C623: Vends restaurant au sud du pays. Bonne situation.

Réf C837: Vends Restaurant-Bar-Lounge avec Pizzas au feu de bois, carte a tapas, fusion de la cuisine italienne et argentine, très grande terrasse d'été, bonne clientèle fidèle, Restaurant avec grand potentiel.

Commerce de détail

Centre

Réf C588: 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 C615: Vends commerce (parts+ stock) spécialisée dans le vêtement haut de gamme. Bon emplacement dans le Centre-ville.

Réf C616: Vends magasin de vélos spécialisé haut de gamme, marque exclusive très forte notoriété au Luxembourg, France et en Belgique. Bon emplacement.

Réf C754: Vends commerce de cadeaux et d'articles publicitaires.

Réf C791: Vends fonds de commerce, rue piétonne, Luxembourg-Ville, magasin de textile sport.

Réf C816: Vends local commercial situé à Hollerich, idéal pour: architectes, bureau d'études, bureaux, magasin, boutique. Loyer intéressant ainsi que parking clientèle existant (gratuit pendant 1 heure).

Réf C916: Vends petite entreprise en plein développement dans le domaine de la vente d'accessoires mode, bijouterie fantaisie, chaussures, produits de soins naturels et vêtements femme. Boutique de 15m², loyer 600 euros + 75 charges, près de la Place de Paris et Lycée. Le stock compris.

Réf C996: Vends commerce de fourniture et installation de cuisines équipées et d'espace rangement

Réf C1002: Vends commerce de librairie-papeterie, tabac, presse, art cadeaux, matériel scolaire, livres scolaires, lotteries, etc.

Réf C1003: Vends Horlogerie-Bijouterie avec réparations de montres et bijoux en tous genres.

Est

Réf C408: Vends magasin de chaussures et de maroquinerie à l'est du pays – possibilité d'ouverture tous les dimanches.

Réf C685: Vends Horlogerie-Bijouterie fondée en 1936 dans Ville touristique, zone piétonne.

Sud

Réf C752: Vends commerce de vêtements pour femme/fille/lingerie concept franchise vêtements dégriffés.

Réf C878: Vends supermarché de plus de 600m², excellente location avec parking et facilité d'accès.

Réf C885: Cession de fonds de commerce ainsi que cession des parts d'une société, commerce de containers, bureaux, sanitaire, pavillons, stockage, salle de classes.

Services

Nord

Réf C991: Vends fonds de commerce d'une société de transport avec possibilité de louer les locaux.

Centre

Réf C1006: Vends société de transport avec des locaux administratifs et les places de parking obligatoires.

Ouest

Réf C604: Vends pour cause de raison familiale, agence de création de site Internet, Intranet et E-commerce. Bon portefeuille, clients fidèles. Société parfaitement saine et rentable.

Sud

Réf C684: Vends société d'éditeur de produits ludo-éducatifs. Partenariat possible.

Réf C719: Vends agence de publicité spécialisée dans le cadeau d'affaires avec clientèle. Aide à la reprise possible.

Pour tout renseignement complémentaire, la Chambre de Commerce reste à votre disposition
E-mail: bourse@cc.lu
Tél. : 42 39 39 338

Personnes de contact:
Patricia DIAS / François NENON



BUSINESS POST

c'est si simple d'avoir confiance

Constamment à l'écoute de vos préoccupations, nous avons développé **des solutions à valeur ajoutée** pour tout votre courrier.

La **formule confort** pour vous épargner les travaux d'affranchissement, la **formule export** dédiée aux envois destinés à l'étranger, **distri+**, service de livraison sur mesure ou encore la **prise à domicile** de votre courrier.

N'hésitez pas à vous appuyer sur nos compétences, notre priorité est de vous apporter **une solution fiable, efficace et personnalisée.**

BUSINESS POST

Les solutions courrier pour professionnels





The sixth sense of business



Insight is our business

We want to make it yours

TNS ILRES
46, rue du Cimetière
L-1338 Luxembourg

t +352 49 92 91
f +352 49 92 95-555
e research@tns-ilres.com
www.tns-ilres.com

Member of Gallup International Association
Member of ESOMAR