

SEPTEMBRE 2010



MERKUR

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

www.cc.lu



Culture du Service : Le retour du client roi

■ **EDITORIAL**
Effets limités de la
modulation de l'index?



■ **INTERNATIONAL**
B2fair: un succès toujours
grandissant



■ **ECONOMIE**
Global Competitiveness Report
2010/2011: Le Grand-Duché de
Luxembourg piétine dans
le classement mondial de la
compétitivité

LEASING



Optez pour le leasing de la BCEE !

Optimisez le financement du matériel que vous utilisez dans l'exercice de votre profession. La BCEE vous propose, plutôt que d'acheter votre matériel, de le louer en recourant à un contrat de leasing. Ainsi vous préservez votre trésorerie et vous bénéficiez en plus d'avantages fiscaux décisifs.

Intéressés ? Nos conseillers PME sont à votre disposition pour tout renseignement supplémentaire. Vous pouvez également effectuer directement une demande d'offre de leasing en ligne sur notre site **www.bcee.lu**.



SPUERKEESS

Äert Liewen. Är Bank.

Effets limités de la modulation de l'index?

Au plein milieu du mois d'août – période creuse s'il en est – le Stateg a publié une étude présentant les résultats de différentes variantes de modulation du mécanisme d'indexation automatique des salaires. L'office statistique s'applique à démontrer, chiffres à l'appui, que les différents scénarios envisagés pour une modulation du mécanisme d'indexation des salaires ne produiraient in fine que des effets très limités.

Le Stateg s'efforce ainsi de démontrer en pas moins de 72 scénarios différents «qu'à l'exception de quelques combinaisons pouvant être considérées comme extrêmes, le résultats des simulations, qui portent sur une période riche en épisodes de forte et faible inflation, montrent que les différences entre la multitude des modulations sont assez faibles que ce soit en termes de tranches payées, de décalage de la date de paiement ou de réduction du salaire par rapport à la situation réglementaire en vigueur» et de constater que «finalement, c'est le scénario excluant aussi bien les produits pétroliers que les boissons alcoolisées et le tabac qui diffère le plus du scénario de base», le retard moyen d'une tranche se situant dans cette hypothèse à 5,5 mois pour une réduction de la masse salariale se chiffrant à -0,9 %. L'étude du Stateg a par ailleurs montré que la modulation de l'échelle mobile entre 2006 et 2010 a eu un impact global négatif très limité pour les salariés (-0,4 % sur un salaire moyen de base par rapport à un scénario de base hors modulation, ou 10 EUR de «perte» dans le cas d'un salaire mensuel de 2.000 EUR), alors que son impact positif pour la compétitivité de l'économie et des entreprises luxembourgeoises a été très important, même s'il a été temporaire.

Si l'intention ouvertement affichée du Stateg de «calmer les joutes survoltées qui enflamment actuellement le monde politique et professionnel» est certes louable, il n'en est pas moins regrettable que certains scénarios discutés par les partenaires sociaux au sein des négociations tripartites aient tout simplement été omis dans l'étude, notamment le scénario d'un plafonnement de l'index, pourtant proposé par le gouvernement lui-même. Il faut également regretter certains choix faits par le Stateg au niveau de la méthodologie, puisque la période de référence de l'étude se limite à une période très courte de sept ans seulement (2003-2010), qui ne permet pas d'apprécier les évolutions macro-économiques pour lesquelles un examen sur une période d'une trentaine d'années aurait été nécessaire. Il est par ailleurs logique qu'une période de référence courte soit de nature à minimiser les différences possibles avec un scénario de base donné. C'est probablement une des raisons pourquoi la Banque Centrale du Luxembourg s'est vu obligée de rappeler un mois plus tard à l'occasion de la publication de son bulletin mensuel qu'au cours des dix dernières années (1999-2009), l'indexa-

tion automatique des salaires a induit à elle seule une augmentation de 26 % du coût salarial luxembourgeois et de prévenir que «dans ce contexte, il s'impose au minimum de prévenir toute nouvelle détérioration des coûts salariaux par rapport aux principaux partenaires commerciaux et de plafonner à cette fin le mécanisme d'indexation».

On peut par ailleurs critiquer que dans l'étude du Stateg la prise en considération de l'année 2009 ait biaisé les résultats puisque l'inflation a connu pendant cette année une baisse exceptionnelle due à la situation de crise économique et financière. Finalement, il faut regretter que l'étude ne tienne pas compte de l'évolution du salaire social minimum, plus précisément de son ajustement biennal, et reste muette quant à l'impact financier, en termes de coût, des tranches indiciaires et partant de l'impact sur la compétitivité des entreprises. Un «oubli» que la Banque Centrale a estimé devoir corriger en rappelant à l'occasion de la présentation de son bulletin mensuel, que «la compétitivité du pays s'est détériorée de façon marquée au cours de la décennie passée».

La Banque Centrale ne cache d'ailleurs pas son inquiétude grandissante face à la dégradation continue de la compétitivité du Luxembourg et fait remarquer qu'au sein de l'Union économique et monétaire, le Luxembourg est le pays qui a connu la plus forte déviation du coût salarial par rapport à l'Allemagne. Une évolution qui reflète notamment l'accumulation de différentiels d'inflation défavorables vis-à-vis des principaux partenaires commerciaux de notre pays. Et cette dérive inflationniste luxembourgeoise est doublement exacerbée par l'indexation des salaires, en transmettant automatiquement les différentiels d'inflation à la structure des salaires et en alimentant des effets de second tour générateurs d'une inflation additionnelle, ce qui amène la Banque Centrale à conclure «qu'aux pertes de compétitivité accumulées au cours de la dernière décennie s'ajoute donc une dynamique toujours défavorable, du fait d'une inflation tendanciellement plus élevée que la moyenne de la zone euro et de l'indexation. Cette situation souligne à suffisance l'importance du débat relatif à la compétitivité en général et à l'indexation automatique en particulier».

La Chambre de Commerce et ses entreprises membres restent attachées au modèle luxembourgeois et ont soumis de nombreuses propositions aux partenaires sociaux pour contribuer à une sortie de crise. Encore faut-il que la prise de conscience des risques auxquels notre pays est actuellement exposé soit réelle. Pour cela, l'esprit d'ouverture et la volonté à prendre des mesures parfois difficiles mais nécessaires pour l'avenir du pays doivent à nouveau animer le débat au sein d'une tripartite qui compte parmi les plus fières acquisitions de notre pays. ■



DOSSIER

4 Culture du service:
le retour du client roi

DOSSIER

4 Culture du service: le retour du client roi

FLASH

- 16 A la rencontre des entrepreneurs
17 La vie d'entreprise vue par les enfants
18 Visite d'Etat au Portugal : 250 entreprises portugaises à la conférence économique
18 En bref

INTERNATIONAL

- 20 *b2fair*: un succès toujours grandissant
20 Calendrier 2010
23 Découvrir des éco-technologies à Graz
24 Accéder à de nouveaux marchés avec le «*b2fair* L.F.E. 2010» à Liège
26 Le salon Pollutec accueille son premier *b2fair*
27 BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires
28 Textes européens publiés du 26 juin 2010 au 15 août 2010
29 Les PME présentes sur la scène internationale obtiennent de meilleurs résultats

FORMATION

- 32 Nouveau site web pour la Luxembourg School for Commerce (LSC): meilleure accessibilité et nouvelles fonctionnalités
32 Remise des certificats aux participants de la formation «Déclarant en douane»
33 43 lauréats certifiés guides touristiques régionaux

FLASH

16 Assemblée plénière de la Chambre de Commerce: à la rencontre des entrepreneurs

- 34 Remise des diplômes et certificats aux lauréats de la formation en droit fiscal luxembourgeois
36 Remise des certificats de réussite du programme «LSC Entrepreneurship»
38 Nouveau cours intitulé «Connaissance de base des produits»
38 Marketing Master Class: La démarche du marketing au service du développement de votre entreprise!
40 6^e session de la formation «Leadership & techniques managériales»
42 Welch MBA: le nouveau master proposé par Sacred Heart University, enseigné selon une approche projet
42 Ethique et économie
43 Kompetenzanalyse und -entwicklung luxemburgischer Arbeitnehmer
44 Participez au projet dayCAR E et contribuez à un meilleur avenir pour les jeunes au Luxembourg et en Afrique
45 Les salariés suivent, en moyenne, plus de 3 formations par an
46 Programme de formation octobre-novembre 2010

INNOVATION

- 48 Luxinnovation et le Centre de Recherche Public – Gabriel Lippmann s'engagent dans un partenariat privilégié
49 La semaine spéciale dédiée aux nouveaux appels à propositions du FP7 rencontre un vif succès

- 50 Les réseaux: des outils pour un transfert de technologies réussi
53 L'interrégionalité – un atout majeur d'1,2,3,GO
55 de Guichet disponible en version mobile
56 Indicateurs à la hausse pour le CRP – Gabriel Lippmann
57 Appel à candidature pour le «Prix Santé en Entreprise 2010»

ECONOMIE

- 58 Le Grand-Duché de Luxembourg piétine dans le classement mondial de la compétitivité
62 Adhésion officielle de la Chambre de Commerce à l'initiative «Superdreckschést fir Betriber»
66 Enquête Eurochambres 2011: la 18^e édition sur les rails
67 Balance courante du Luxembourg en 2009: fort recul du commerce international des biens et services
69 L'impact de la demande extérieure sur l'économie luxembourgeoise
70 Les nouvelles mesures fiscales dites «anti-crise»
71 Les entrepreneurs prudents oscillent entre incertitude et optimisme

LEGISLATION & AVIS

- 74 Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce
76 Le contrôle légal des comptes annuels selon les normes ISA doit être confié à un réviseur d'entreprises agréé



FORMATION

32 Nouveau site web pour la Luxembourg School for Commerce (LSC): meilleure accessibilité et nouvelles fonctionnalités

- 77 Enregistrement des établissements du secteur alimentaire
- 77 Les certificats de non-faillite désormais émis par le RCS
- 78 Nouveautés sur le site internet du RCS
- 78 e-Justice: lancement du guichet unique européen d'information juridique
- 80 La discrimination au travail
- 81 Ernst & Young publie une nouvelle revue périodique dédiée à la fiscalité
- 81 Fin du régime Holding 1929

FEDERATIONS/UEL

- 82 L'UEL dénonce le projet de relèvement des cotisations patronales
- 83 L'échec des discussions tripartites à l'ordre du jour d'une entrevue avec le Premier ministre
- 84 Recommandations en vue d'assouplir le cadre légal régissant l'employabilité des seniors
- 86 HORESCA: François Koepp nouveau secrétaire général
- 87 Fumeur et non-fumeur: à chacun son autocollant



FEDERATIONS / UEL

82 Réforme de l'assurance maladie: l'UEL dénonce le relèvement des cotisations patronales

- 87 Une «luxembourg Shopping Map» nouvelle version
- 88 PROFIL: Claude Kremer nouveau président
- 88 Nouveaux projets en vue
- 89 Les «métiers atypiques» cherchent des ambassadeurs!

INFO ENTREPRISES

- 90 Le Siège de la Banque de Luxembourg prolongé par un nouveau bâtiment
- 90 En bref
- 91 P&T Luxembourg passt Tarife zum 1. September 2010 an
- 92 Aéroport de Luxembourg: confirmation de la hausse de trafic au départ du Findel
- 94 Goeres Horlogerie se voit décerner le label «ServiceQualitéit Lëtzebuerg»
- 96 5 étoiles pour le nouvel hôtel «Le Place d'Armes»
- 97 Inauguration d'une nouvelle usine Astron en Russie

Belval Flash

- 98 Belval – Großprojekt von nationaler Bedeutung



INFO ENTREPRISES

92 Aéroport de Luxembourg: confirmation de la hausse de trafic au départ du Findel

- 98 Farbenfrohes Chamäleon... und kriminelle Machenschaften

TOURISME

- 100 Innovationspreis für Tourismus 2010 im Zeichen des sanften Tourismus

BOURSE

102

LES 100 VISAGES DE LA CDC 104

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: www.cc.lu

Paraît 10 fois par an

Tirage: 35.000 exemplaires
Reproduction autorisée
avec mention de la source.

Copie à l'éditeur

Rédaction:

Patrick Ernzer, rédacteur en chef
Marie-Hélène Trouilleux
Violaine Mathurin, Corinne Briault

Mise en page et impression:

Imprimerie Centrale S.A.

Conception graphique:
rose de claire, design.

Couverture:

lola

Crédit photographique:

MEV Verlag, EU, SIP,
ONT Luxembourg, M-H. Trouilleux

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.



Culture du service

Le retour du client roi

Autrefois, seul celui qui disposait d'une marchandise, était capable de vendre. De nos jours, le produit est toujours disponible. Dans votre magasin, sinon chez le concurrent ou ... sur Internet! L'offre et les prix s'uniformisent. En Europe, les zones piétonnes ou centres commerciaux se ressemblent de plus en plus. Avec la globalisation, vous trouverez partout les mêmes enseignes et marques. D'où l'importance de cultiver le service au client pour se démarquer de la concurrence.

Le consommateur d'aujourd'hui est exigeant et curieux, il désire être surpris, voire être le point de mire du commerçant. Il quitte le magasin dès qu'il va s'apercevoir ou a le sentiment que sa venue, sa présence sont plus jouissives ailleurs. Avec son acte d'achat, il n'acquiert pas un produit, mais il cherche une solution à son problème. Avec le choix du produit qui semble lui convenir et la décision du lieu de son achat, il exprime l'affirmation de ses valeurs, son point de vue, son ambition sociétale.

Le commerçant se voit donc confronté à un double problème: com-

ment se différencier de son concurrent et comment satisfaire au mieux les attentes de son client? Une de ces solutions constitue le SERVICE!

Sujet vaste et avec autant de définitions que de services possibles!

Dans le commerce de détail par exemple, la définition et l'attente d'un service diffèrent souvent en fonction de la branche: dans les secteurs de l'automobile ou de l'électroménager, le consommateur pense probablement d'abord au service après-vente. Dans le textile, il imagine sans doute l'offre d'une retouche gratuite. Le consommateur qui vient juste d'accomplir sa

commande de livres en ligne se félicite de l'ergonomie du site Internet et certainement de la facilité de l'opération, étant donné qu'il n'a pas dû se déplacer et que la commande est livrée à domicile endéans quelques jours seulement. Dans toutes les branches, l'amabilité et les compétences du personnel de vente, l'agencement, la propreté et l'accessibilité du magasin sont les maîtres-mots qui nous viennent à l'esprit en parlant de qualité du service.

Il est vrai que les exigences de l'individu ne concernent pas uniquement le secteur du commerce mais touchent en fait tous les domaines de notre vie quo-

tidienne. Nous jugeons la qualité d'un service également lorsque nous utilisons les transports publics, lisons un journal, consultons un médecin ou entrons en contact avec une administration. La qualité du service influe tout autant sur les relations entre un professionnel et un individu qu'elle est recherchée dans la coopération entre des professionnels.

Dans le présent dossier nous nous consacrons à une meilleure compréhension de cette dimension qui, de l'avis d'experts émérites, constituera un des principaux facteurs de réussite dans l'économie de demain. Le dossier se limitera à un survol des aspects les plus importants d'une «nouvelle» approche qui met l'individu au centre de toute action et se distingue de la stratégie classique basée sur le produit et la transaction individuelle immédiate (achat/vente). Nous verrons plus loin qu'en parlant d'un individu, il s'agit certes du client avec lequel l'entreprise développe une relation à vie (customer life value), mais aussi de son personnel.

■ Le Service pour fidéliser le client

Avec le concours de 700 entreprises issues de 40 branches différentes, le «Deutsche Marketingbarometer» (source: Service, mit dem inneren Schweinehund – Marco von Münchhausen et Sabine Hübner) a voulu connaître les raisons des clients qui subitement n'ont plus mis leurs pieds dans ces magasins:

- 2 % des clients étaient décédés
- 10 % avaient déménagé
- 18 % avaient pris de nouvelles habitudes
- 70 % n'étaient pas satisfaits du personnel de vente indifférent ou peu aimable!

Une étude réalisée par Accenture en septembre 2006 met en avant l'importance de la qualité de service. Il est apparu que 72 % des consommateurs américains estiment que la qualité de service joue un rôle déterminant dans leur processus décisionnel.

«Le client est prêt à payer plus cher, mais seulement pour de la valeur ajoutée au niveau du service. S'il n'y a pas de valeur ajoutée, il va vers le low cost», affirme Ralph Hababou, consultant parisien et auteur de plusieurs ouvrages sur la qualité du service.

Selon une étude du constructeur automobile GM, il y a cinq fois plus de chances qu'un client bénéficiant d'un service de qualité rachète une voiture de la même marque. Vous êtes toujours tenté de revenir là où vous êtes sûr d'être bien reçu. Un faux pas sur la qualité du service peut faire perdre la confiance de clients qui se sentiront attirés par la concurrence. Il s'agit de la première cause de la perte de clientèle dans de nombreux secteurs (banques, opérateurs mobiles et bien d'autres) confirmé d'autres études.

Le mécontentement, la morosité, le manque d'attractivité, le désenchantement d'un consommateur, la frustration «de rester sur sa faim» (justifiée ou pas) qui en résultent, causent également des soucis aux professionnels luxembourgeois ...

Le programme «Luxembourg, Pôle de commerce de la Grande Région» (POC) initié par la clc avec le soutien du Gouvernement a débuté en 2007. Son objectif est de valoriser le commerce luxembourgeois face à ses concurrents des régions limitrophes (Allemagne, France, Belgique). Cette valorisation s'accompagne d'un renforcement des aspects qualitatifs et quantitatifs influant sur les relations entre le commerce luxembourgeois et le consommateur.

«Les démarches de promotion du shopping à Luxembourg, tel que le site internet 'goodidea.lu' vont dans le bon sens. Ce qui doit par contre primer dans ces efforts, plutôt que la promotion de Luxembourg par le positionnement prix, c'est le travail sur la qualité de service et l'expérience des clients et touristes», Philippe Schaus, Directeur général adjoint de Louis Vuitton Malletier, à la tribune du Centenaire de la clc en novembre 2009.

Pour mieux comprendre le comportement des consommateurs dans la Grande Région, plusieurs études ont été réalisées par des instituts spécialisés à l'initiative de la clc. Elles ont confirmé que le commerce luxembourgeois ne satisfait pas toujours les besoins réels du consommateur.

Le mauvais service est une des raisons citées de ne pas acheter des articles de la branche XY au Luxembourg. Parmi les consommateurs résidents qui couvrent plus de 50 % de leurs besoins

à l'étranger, ci-dessous le pourcentage de ceux qui, dans les différentes branches, ont critiqué la qualité du service proposé:

- Alimentation fraîche 33 %
 - Ameublement 29 %
 - Electroménager 26 %
 - Équipement de la personne 35 %
 - Informatique 33 %
 - Plantes, articles de jardin 22 %
 - Produits de beauté 16 %
 - Voitures et accessoires 32 %
- (source: TNS ILReS/clc, 2009)

Il n'est pas exclu que le constat peu flatteur de ces études peut découler de la fausse perception du client, de l'image qu'il se fait d'une ou de plusieurs entreprises, voire d'un secteur. Dans ce cas, il est nécessaire que l'entreprise communique plus sur les avantages qu'elle offre. Pour d'autres, une solution à cette situation est d'innover pour mettre en avant un service inaccoutumé qui surprendra agréablement le client.

Offrir un service est plus qu'un avantage isolé. Il s'agit d'un état d'esprit, d'une volonté sincère d'être à l'écoute du client, d'être attentif, d'être disponible et de se sentir réellement concerné. Idéalement, l'entreprise considère la culture du service comme un nouvel axe de sa stratégie pour en faire un projet d'entreprise.

Aucune entreprise ne devrait échapper au réflexe de se remettre en question, puisque même pour celle qui excelle en matière de services, il est clair qu'un client s'y accoutume parfaitement. Le service doit donc être évolutif et s'adapter tant aux nouvelles tendances de société qu'aux services offerts par la concurrence.

■ Culture du service = culture d'entreprise?!

Une culture du service ne se décrète pas! C'est une question d'attitude!

Qu'est-ce qu'une culture du service?

Le service d'abord. Il repose sur le principe des relations entre les Hommes. En rendant un service, j'exprime ma volonté de faire plaisir à quelqu'un d'autre, de l'écouter et de m'intéresser à lui. En rendant un service à mon «client», je veux m'assurer de sa satisfaction et de sa fidélité.

Le service doit s'interpréter comme une action permettant la simplifica-

tion, voire l'amélioration de la vie quotidienne d'un client. Il est parfois invisible et difficilement mesurable. Il peut être classé suivant divers critères: sa nature, sa durée de vie, sa destination, son degré de nouveauté, etc.

Le service constitue l'attention apportée à un client, une attention qui dépasse ses attentes. Il doit capter les envies des clients et surtout fournir un «tout» homogène. De plus, les services à offrir au client doivent être crédibles, être en ligne avec le positionnement de l'entreprise. Dans une boutique très haut de gamme par exemple, le client s'attend au geste du portier qui lui ouvre la porte. Le même geste dans le hard discount frôlerait le burlesque. La recette d'un service réussi dans une entreprise n'est pas transposable telle quelle dans une autre entreprise.

La culture peut être définie comme un ensemble de valeurs, de normes et de convictions partagées et appliquées par un groupe de personnes, dans notre cas une entité économique.

L'instauration d'une culture du service ne consiste pas, à l'instar d'une boîte à outils pour entretenir ou réparer le moteur d'une voiture, à définir et

à collecter tous les «ingrédients» dont j'ai besoin pour réussir mon projet. Il s'agit en premier lieu d'une attitude, d'un projet d'entreprise qui n'a pas pour objectif premier de maximiser le profit, mais où le bénéfice comptable de l'entreprise est la résultante d'un processus qui est initié par la volonté de satisfaire le client, et parfois d'y trouver une satisfaction personnelle. Nuance!

«Hire for talent, promote for attitude», Philippe Schaus, Directeur général adjoint de Louis Vuitton Malletier en évoquant un des principes importants en matière de gestion des ressources humaines chez Louis Vuitton Malletier.

Pour mettre en place une culture du service durable, la démarche nécessite une préparation et une certaine rigueur. «L'approche doit dans tous les cas être 'top-down' et certainement pas l'inverse», souligne Dr Wolf Barth dans ses workshops qu'il anime pour la clc.

Sans la volonté clairement exprimée de la direction de l'entreprise et la volonté (affichée) de faire de la qualité du service un pilier stratégique de l'entreprise, les résultats seront modes-

tes, et, dans le pire des cas, l'initiative se soldera par un échec. Des promesses font monter les attentes du client. Or, si une promesse faite ou suggérée, dans le cas précis un service de qualité, n'est pas remplie, la déception entraînera automatiquement un sentiment d'insatisfaction, voire même une perte de confiance dans l'entreprise, dont les effets seront bien plus graves (et durables!) que si l'entreprise avait choisi de rester à l'offre d'un simple service de base.

Un service de qualité, crédible et durable doit toujours être orienté vers l'individu: vers le client mais aussi vers le collaborateur!

Dans ce contexte, une très belle illustration nous est livrée par la politique de Götz Werner, le fondateur de la chaîne *dm* (Drogeriemarkt).

D'abord parti sur une stratégie du discount et un contrôle des coûts à tous les niveaux, Goetz Werner a changé son concept au début des années 1990. Sa nouvelle philosophie d'entrepreneur repose depuis lors sur la confiance, la créativité et le développement de la personnalité (humaine) de ses collaborateurs. Un exemple est particulièrement parlant. Pendant la durée de leur formation, les apprentis suivent deux fois un cours de huit jours dans une école de théâtre afin qu'ils développent «leur capacité de travailler et de communiquer en équipe, de pouvoir se mettre dans la peau d'autres gens, d'apprendre comment s'adapter à différentes situations et comment réagir d'une manière flexible tout en travaillant sur des objectifs». Toute sa politique en matière de ressources humaines est en premier lieu tournée vers la satisfaction du collaborateur et l'empathie pour le client. Cette motivation du collaborateur se transmettra dans les contacts avec le client. «Je dois reconnaître que le taux de fidélité des clients est plus élevé chez *dm* que chez tous ses concurrents», affirme le professeur allemand Roeb en septembre 2009 au Handelsblatt. Une affirmation solide puisque Roeb critique depuis des années ouvertement le concept commercial de *dm*.

En 2009, alors que le commerce de détail en Allemagne était en régression de plus de 1,5 %, le chiffre d'affaires de *dm* a progressé de 11,5 %!

Il faut reconnaître que l'attitude à elle-seule n'est pas suffisante, même si elle est cruciale. La démarche doit aussi



Dans le commerce de détail, la définition et l'attente d'un service différent souvent en fonction de la branche. Dans le textile par exemple, le consommateur imagine sans doute l'offre d'une retouche gratuite

être pragmatique. Ainsi, pour implémenter et conserver durablement une «vraie» culture du service, il faut dresser un plan d'action qui intègre les volets internes et externes, intimement liés.

Pour faire de la culture du service un projet stratégique, il faut tenir compte de multiples facettes: de la politique en matière de gestion des ressources humaines et financières, de l'organisation interne de l'entreprise, de son équipement, du raisonnement et de la psychologie du consommateur, de la communication en interne et externe...

Le personnel

Avant de mettre en place des procédures internes, d'organiser des formations ou de tester le niveau de qualité du service, voire même de définir la stratégie, la Direction de l'entreprise doit s'assurer que la volonté d'une «culture du service» soit partagée par la majorité des collaborateurs. En effet, l'implication et la motivation du collaborateur sont les garants de la réussite du projet. Il est difficile d'imaginer un collaborateur démotivé offrir un accueil chaleureux et convaincant, ou un conseil de qualité à un client. Plus encore, les codes de bienséances stéréotypés doivent s'effacer pour laisser place à une liberté de penser et d'agir, et ce non seulement pour pouvoir s'adapter au client individuel. Dans le raisonnement de Goetz Werner, il faut laisser de la place à la créativité du collaborateur, ce qui conduira à son épanouissement personnel, et le client se sentira gratifié!

Le projet doit donc reposer sur une vision commune et, qui plus est, n'est pas limitée au seul département des ventes. Tous les départements de l'entreprise doivent emboîter le pas. Le responsable «achats» de l'entreprise, le personnel du magasin, le service après-vente, la réception, le marketing, tous doivent poursuivre un même objectif commun: satisfaire le client! Comment le conseiller en vente, avec toute la gentillesse du monde, peut-il rester crédible vis-à-vis du client qui, dans l'impossibilité de se renseigner par téléphone parce que le standard de l'entreprise sonnait en permanence occupé, débarque dans le magasin et veut savoir pourquoi le service après-vente n'a (toujours) pas pu réparer l'appareil en panne. Le client ne sait et ne veut pas savoir que l'acheteur avait oublié de signaler au service de

maintenance que la pièce de rechange avait été livrée ou que le service de maintenance n'était pas au courant de la date de remise de l'appareil convenue avec le client. Par ailleurs, la motivation du personnel ne doit pas passer uniquement par la réalisation d'objectifs de vente. Selon le dernier sondage de l'IFOP pour Elyon, à la question: «Pour quelles raisons ne sollicitez-vous pas un vendeur?» 34 % des sondés ont répondu que le vendeur oriente systématiquement vers les produits sur lesquels sa commission est plus forte. Etre vendeur est un métier et comme tout métier cela s'apprend.

Le client

Qui sont mes clients, quels sont ses besoins, ses valeurs, ses attentes? Par quels outils puis-je mesurer le taux de satisfaction de ma clientèle? Comment communiquer avec lui?

Le département «Luxembourg, Pôle de Commerce de la Grande Région» de la clc a publié dans ses «Cahiers du commerce» les résultats de ses études et les grandes tendances en matière d'attentes de la clientèle. Elles peuvent et parfois nécessitent d'être complétées par l'entreprise, mais donnent un aperçu général sur les grandes tendances dans le commerce et les profils du consommateur.

Les attentes des clients peuvent différer en fonction de leur âge, du sexe, de la culture, de leur éducation, des valeurs personnelles. Aussi le concept du magasin (spécialiste ou self-service par exemple) et la nature du produit ou du service génèrent des attentes différentes.

Cibler sa clientèle pour mieux la combler! Lorsque l'on offre un cadeau à une personne, mieux vaut bien la connaître pour ne pas se tromper. Il en va de même pour sa clientèle et ses prospects. Les services offerts doivent s'ajuster et correspondre à leurs particularités.

Les moyens et les volets organisationnels

Partant de la prémisse que la direction de l'entreprise accorde une priorité à un tel projet, quelle est la palette des services de base, des services additionnels, du sur-mesure que je peux proposer?

Quels sont les moyens dont j'ai besoin pour atteindre mes objectifs et quels budgets dois-je prévoir?

La démarche implique que des procédures internes doivent être mises en place ou modifiées, que les relations avec les fournisseurs ou prestataires externes sont à revoir.

Aurons-nous besoin d'un controlling? Qui est chargé de la responsabilité de conduire le projet?

La communication et l'information

La communication en interne est indispensable non seulement pour informer le personnel sur la stratégie, les services et solutions que l'entreprise a décidé d'offrir au client, sur quels aspects elle souhaite mettre dorénavant l'accent, les progrès réalisés ou le calendrier des formations et des réunions, à qui signaler quels dysfonctionnements ou soumettre des propositions, mais également, et surtout afin d'assurer que le personnel sera et se sentira à tout moment impliqué dans la démarche «culture du service». L'information est un vecteur essentiel par lequel le client découvre un produit ou la marque. Pour cela, le personnel de vente a pour mission de la diffuser et dans un premier temps, il doit être au courant de toutes les nouveautés et des derniers changements sans quoi, le client s'en ira. L'information permet également aux vendeurs d'acquérir une capacité de convaincre les clients grâce à un argumentaire étoffé. Dans la communication orientée vers le monde extérieur, le marketing relationnel prend le relais du marketing «classique» (ou transactionnel) axé sur le court terme et orienté «produit». Le marketing relationnel est interactif et met l'accent sur le long terme et la recherche de solutions.

La communication, à canaux multiples, vise à être en relation avec le client partout et à tout moment. Selon une étude Markess International de 2009, le téléphone resterait en 2010 avec 28 % le premier canal d'interaction individuelle avec les clients, suivi du courrier électronique et Internet avec pour les deux 24 %. La percée du Web et des applications mobiles sera significative, voire incontournable à moyen terme.

En effet, l'avènement d'Internet confirme la vision du philosophe et sociologue Marshall McLuhan qui considérait le monde comme un village planétaire «où l'on vivrait dans un même temps, au même rythme et donc dans un même espace». Tout se sait, très rapi-

dement. Un faux pas et tout le monde en parle sur la toile. Blogueurs et tweets se multiplient même s'il est vrai que le Luxembourg ne compte pas encore de nombreux adeptes, il n'en reste pas moins que Facebook recense une communauté de 130.000 membres répertoriés comme résidents luxembourgeois.

L'optimisation du service est très souvent mise en relation avec le CRM (customer relationship management), un système de gestion des relations entre l'entreprise et ses clients, soutenu par les NTIC (nouvelles technologies de l'information). S'il s'agit en premier lieu d'une infrastructure technique, elle constitue souvent le «cœur» de la stratégie de l'entreprise.

■ Les classiques en matière de services

Les premières secondes sont déterminantes pour laisser une première impression. En magasin, 90 % des premières impressions sont captées par nos yeux: la tenue vestimentaire, l'hygiène, le langage corporel, le sourire... Toute démarche qui consiste à améliorer le service ne peut passer outre cette première analyse. Banale, oui! Mais fondamentale!

«Vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne impression»,
(David Swanson, auteur américain.)

Le «one-to-one» (de personne à personne) est évidemment l'étape ultime du service client, qui donne le sentiment que le client est unique et que c'est la première fois que «cette» demande est formulée: elle est donc prioritaire! Le client attend le traitement personnalisé, beaucoup plus humain et authentique. Le pire ennemi, c'est la banalisation qui consiste à faire bien comprendre au client qu'il n'est pas le premier...

Quelles sont, au-delà de la présence physique du conseiller en vente, les «classiques» en matière de service?

Le magasin

Pour la majorité des clients, la propreté, la luminosité, l'orientation dans les rayons ou la température ambiante constituent des éléments d'un service de base, à vrai dire un «must». Intervient ensuite l'innovation en matière de design ou d'aménagement du local de vente pour créer une «ambiance»

qui rime avec l'offre et invite le client à rester quelques minutes de plus que prévu.

L'accueil

«Un seul événement a déclenché une véritable prise de conscience de l'importance de la qualité de l'accueil dans les boutiques Dior pour tous les clients sans exception, quels que soient leur look ou leur apparence vestimentaire. C'est Sidney Tolédano, président de Christian Dior Couture, qui me l'a raconté. Un jour de semaine, il se promène dans la boutique historique de l'avenue Montaigne et s'aperçoit tout à coup qu'une cliente américaine erre dans le magasin sans qu'aucune vendeuse ne s'occupe ni se préoccupe d'elle. Habillée en jean, baskets et portant un K-way au bras, elle n'a pas spécialement le look habituel des clientes Dior. Les vendeuses semblent trop préoccupées avec les clientes qu'elles connaissent pour aller perdre leur temps avec une touriste aussi ordinaire. En plus, il paraît qu'elle souhaite voir la collection de haute couture. Et puis quoi encore?»

«L'habit ne fait pas le moine!» (proverbe français)

Pourtant, par le plus grand des hasards, Sidney Tolédano reconnaît cette future cliente, car il a eu l'occasion de faire sa connaissance ainsi que celle de son sympathique mari lors d'un voyage transatlantique. Il s'adresse alors à une des nombreuses vendeuses présentes ce jour-là:

- Il n'y a personne pour s'occuper de cette dame?

Réponse polie mais ferme de la vendeuse interpellée:

- Moi, je n'ai pas le temps, je suis trop occupée avec Mme de ...
- C'est dommage, vous venez de laisser passer Melinda Gates: son mari est le fondateur de Microsoft et l'homme le plus riche du monde.

Depuis que la mésaventure de cette cliente est devenue célèbre, une attention toute particulière est accordée à la formation du personnel de vente dans les 220 boutiques Dior dans le monde.» *Ralph Hababou dans «Service Gagnant»*

L'exemple de Melinda Gates illustre non seulement l'erreur de se fier aux

apparences, mais surtout la faute «professionnelle» de porter un jugement sur le client en fonction par exemple de sa tenue vestimentaire, et de ne pas consacrer à chaque client la même attention et le même respect. «Mes ami(e)s me racontent très souvent leurs expériences», avoue Thierry Nothum, directeur de la clc. «En franchissant la porte d'une boutique plutôt haut de gamme dans la Grand-rue, une de mes amies – ce jour-là habillée en jeans – se voit aussitôt 'accueillie' par une vendeuse qui lui dit, 'Madame, je pense que dans notre magasin, il n'y a rien pour vous!' Furieuse, mon amie a juré de raconter sa mésaventure à autant de personnes que possible. Et elle l'a fait!»

Le savoir-être

«L'homme qui ne sait pas sourire ne devrait pas tenir boutique.» (proverbe chinois)

Selon Wikipédia, «la politesse (ou l'amabilité) demeure un ensemble de règles acquises par l'éducation et comporte une double finalité: faciliter les rapports sociaux en permettant à ceux qui en usent d'avoir des échanges respectueux et équilibrés; faire la démonstration de son éducation et de son savoir-vivre.»

L'amabilité met le client «à l'aise», le rassure, le rend confiant, le détend. Elle va au-delà du fameux «BAM» (Bonjour, Au-revoir, Merci) marqué par le groupe Auchan. L'amabilité fait partie d'une attitude qui est influencée par la personnalité individuelle du collaborateur, sa façon d'agir et sa stabilité émotionnelle.

Cette stabilité émotionnelle et le bien-être du collaborateur peuvent être affectés par du stress négatif. D'où peut venir le stress? Les sources des facteurs «dérangeants» peuvent être multiples. Sont-elles externes ou internes à l'entreprise? Il s'agit d'une question parmi beaucoup d'autres touchant parfois à l'organisation interne de l'entreprise à laquelle il est judicieux de porter une réponse.

Les solutions peuvent être multiples. Mais une chose est claire: Contrairement aux affirmations, le manque d'amabilité n'est pas un trait de caractère héréditaire. Des formations et le coaching peuvent donc provoquer des miracles!

Le savoir-faire

«Si vous trouvez que la compétence est chère, essayez donc l'incompétence!»
(Ralph Hababou)

Les compétences sont constituées de plusieurs couches.

Le personnel de vente doit disposer de connaissances techniques sur le produit ou le service qu'il veut vendre. Il s'agit d'un réel défi, étant donné que – grâce à Internet notamment – «le niveau de connaissance des clients s'est considérablement élevé» révèle Philippe Boegler, co-directeur de Fly dans une interview donnée au magazine LSA. En France, plus de la moitié des consommateurs déclarent savoir exactement ce qu'ils viennent chercher dans le magasin (source: Ifop).

La maîtrise des techniques de vente et les compétences sociales sont deux autres facettes de la «compétence» qui gagnent de plus en plus en importance.

Selon Philippe Schaus, Directeur général adjoint de Louis Vuitton Malletier, «le coaching individuel est un outil de plus en plus utilisé pour aider nos collaborateurs clés à adapter leurs compétences sociales à un environnement sans cesse changeant».

Dès la rentrée scolaire 2010/2011, l'apprentissage dans le commerce mettra davantage l'accent sur les techniques de vente et la «culture du service». Aussi l'offre de la LSC (Luxembourg School for Commerce) dans ce domaine, calquée sur les enseignements livrés par l'étude «Observatoire des compétences, des qualifications et des besoins en formation» initiée par la clc, mérite d'être consultée (www.lsc.lu).

La dimension du «temps»

«Une tâche prendra le temps qu'on lui alloue!» (loi de Parkinson)

D'aucuns pensent que pour des raisons de coûts évidemment, l'organisation du travail consiste à planifier un maximum de tâches sur le temps le plus court possible. Et c'est sur la base de cette interprétation de la loi de Parkinson que certains managers – en croyant bien faire – fixent des objectifs de délais «agressifs» à leurs équipes. Or, il est important de consacrer à chaque client le temps dont il a besoin et qu'il

est en droit de demander pour obtenir les conseils nécessaires.

A l'inverse, une des grandes tendances (un des plus grands maux?) dans la psychologie collective détectée dans notre société par des instituts spécialisés est l'impression de l'individu de perdre son temps. Dans un monde où grâce (ou faute?) aux nouvelles technologies, l'information circule de plus en plus vite, nous sommes poursuivis par le sens de l'urgence et manquons de temps. Pour échapper à ce «stress», beaucoup d'individus – donc des consommateurs – essaient de réserver davantage de leur temps à la détente. S'y ajoute que les achats de routine notamment sont considérés comme une corvée par la majorité des consommateurs (Etude de Cetelem sur le profil du consommateur, 2004). Ces derniers cherchent la satisfaction

immédiate de leurs besoins et exigent la rapidité.

Les temps d'attente constituent un frein important à l'achat. L'attente devant les caisses ou la patience en vue de trouver un conseiller en vente compétent, le temps perdu dans les boucles du téléphone lorsque le client est à la recherche d'une information... Selon un récent sondage de l'Ifop pour Elyon, 59 % des Français estiment que l'attente est trop longue pour disposer d'une information sur un produit, 53 % déplorent les temps d'attente aux caisses. Dans cette même étude, 65 % des interviewés ont déclaré qu'ils apprécieraient s'ils pouvaient régler directement leurs achats auprès du vendeur sans devoir passer par une caisse.

Pour les achats dans les hypermarchés par exemple, 59 % des Français sont satisfaits des prix pratiqués, alors



Les temps d'attente, notamment pour trouver un conseiller en vente compétent, constituent un frein important à l'achat

que 34 % seulement sont satisfaits des temps d'attente aux caisses!

Les heures d'ouvertures sont un autre facteur du «temps». Le fait d'être disponible le jour et l'heure qui conviennent à mon client, est un réel service rendu. Mes heures d'ouvertures conviennent-elles (toujours) à ma clientèle? Cette interrogation est d'autant plus pertinente que dans plus en plus de familles les deux parents poursuivent une activité professionnelle ou que le nombre de ménages monoparentaux est en augmentation constante. Le consommateur est obligé de s'approvisionner après ou avant le travail, parfois les jours libres. Aussi, pour des raisons de confort ou afin d'éviter la perte de temps, la fonction «achat» d'un ménage est de plus en plus souvent intégrée dans les déplacements autres, et est par exemple effectuée sur le chemin entre le domicile et le travail ou entre le domicile et un rendez-vous privé pour faire du sport, se rendre au cinéma, voir des amis, etc.

La carte de fidélité

Tout programme de fidélisation doit être lié à un «gain» qui donne un:

- bénéfice intangible (de la reconnaissance, des privilèges) et un
- bénéfice tangible (des cadeaux, ristournes différées ou réductions de prix).

L'opportunité d'associer des bénéfices des domaines de la psychologie et de l'utilitaire, c'est-à-dire le besoin du client d'être reconnu – un facteur de plus en plus important – et des avantages utiles, a été étudié par TNS Sofres en septembre 2006: 90 % des femmes qui utilisent des cartes de fidélité le font pour pouvoir bénéficier de promotions intéressantes et 80 % veulent être reconnues comme une cliente fidèle du magasin. La carte de fidélité peut constituer un «service» à part entière, sans toutefois oublier que la multiplication de cartes de fidélité offertes depuis quelques années pourrait provoquer des

comportements pervers du consommateur.

Au-delà de la carte de fidélité, on découvre les «clubs privilégiés». Le concept de Nespresso est de valoriser sa clientèle en l'inscrivant dès le premier achat dans un club très privilégié. Le service se veut à l'écoute du client et tels les grands hôtels et leur service de major d'homme, il vise à combler tous les désirs de ses clients. Il va de soi que les prestations ne sont pas à la hauteur d'un cinq étoiles parisien. Ainsi, Nespresso cible le grand public en lui créant un univers généralement réservé aux privilégiés.

La réclamation et le service après-vente

La gestion de la réclamation fait partie de la prestation qu'un client est en droit d'attendre. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard que certaines entreprises ont orienté toute leur communication sur le service après-vente. Citons l'exemple du



L'accueil du client est fondamental. En effet, les premières secondes sont déterminantes pour laisser une première impression

«contrat de confiance» d'une enseigne bien connue dans le domaine de l'électroménager et de l'audiovisuel.

Outre le fait que la réclamation est une source très utile pour mieux connaître son client ou pour pouvoir détecter des dysfonctionnements restés cachés, voire même la possibilité de faire d'un client insatisfait un client fidèle, la possibilité de faire part de son insatisfaction éventuelle rassure le consommateur, même si dans son cas précis il n'en a pas besoin!

«Best practice» et innovation

«Tout ce que vous pouvez imaginer est vrai!» (Pablo Picasso)

Au-delà des valeurs «sûres», c'est-à-dire de tout ce qui tourne autour des valeurs humaines (respect, gentillesse, mise en confiance d'autrui, ...), il n'existe aucune limite à notre imagination pour rendre service à un client. Beaucoup d'extras qui font plaisir, n'ont plus besoin d'être ré-inventés: le service de livraison à domicile, le prêt d'un parapluie, des bornes de conseil interactives, le jeton pour le parking, des jeux gratuits, des newsletters, etc.

La chasse aux idées nouvelles est ouverte. Et elles peuvent venir de nos collaborateurs, puisque qui connaît le mieux le client et l'entreprise? S'ils étaient leur propre client, qu'est-ce qui leur ferait plaisir? Une nouvelle dynami-

que peut naître du seul fait d'impliquer le personnel dans cette démarche.

■ Eviter les pièges

Le client qui se sent «oppressé» par le conseiller en vente risque de quitter le magasin assez rapidement. Ifop dévoile que 76 % des consommateurs n'apprécient pas qu'un vendeur l'accompagne dans son achat.

«Qui trop embrasse mal étreint» (proverbe français)

Dans les magasins qui disposent d'un système de rémunération liée au chiffre d'affaires, le personnel de vente essaye souvent de faire du chiffre d'affaires pour faire du chiffre. Un tel système privilégie indirectement (et involontairement) le produit (plus cher ou dont la marge est la plus élevée) et ne se soucie moins (ou pas assez) de ce dont le client a réellement besoin. Là aussi l'étude de l'Ifop est très révélatrice: Plus d'un tiers des consommateurs français soupçonnent les vendeurs «d'orienter le client systématiquement vers les produits où la commission est la plus forte». Rappelons dans ce contexte le message de Philippe Schaus, Directeur Général adjoint de Louis Vuitton Malletier: «La politique de rémunération est un outil de management important. Je vous étonnerai peut-être en vous informant que Vuit-

ton ne paie pas de commissions à ses vendeurs».

Ces illustrations montrent que celui qui entreprend trop de choses à la fois ou choisit les mauvaises solutions, risque de ne réussir en rien. Il s'agit du piège de vouloir faire «trop» et/ou «trop vite».

■ Le fin mot

Chaque ticket de caisse est un bulletin de vote! Cette affirmation reste vraie, mais elle témoigne du court terme. La culture de service, en tant qu'axe stratégique, se place au-delà d'une accumulation de transactions individuelles et poursuit un double but: l'augmentation des bénéfices et la satisfaction de la clientèle. La culture du service doit se placer dans le long terme. Elle cherche le développement et l'optimisation d'une relation durable avec le client de plus en plus exigeant, de mieux en mieux informé et chouchouté par un nombre toujours croissant de fournisseurs de services et de produits. Elle permet de rapprocher le client et l'entreprise, de mieux connaître le client et de pouvoir anticiper ses attentes. Et, vu l'importance que prend le «bouche à oreille», un client satisfait devient VOTRE commercial.

L'équipe de la clc ■

Workshops «La culture du service»

Les workshops pour les chefs d'entreprises et/ou les cadres ont été conçus par la clc en étroite collaboration avec Dr. Wolf Barth, psychologue, spécialiste dans le coaching et la formation de décideurs économiques en Allemagne.

Les workshops consistent à impliquer, dans une démarche interactive, les participants afin de définir tous les éléments d'une «nouvelle» vision du service au client, d'élaborer des concepts et d'appliquer les bonnes méthodes pour enraciner une vraie culture du service dans l'entreprise.

Les prochains workshops sont programmés pour le 29 septembre 2010 (en langue allemande) et pour le 6 octobre 2010 (en langue française).

Plus d'informations sont disponibles sur le site www.pushup.lu (onglet commerce/workshops) ou directement auprès de la clc (tél.: (+352) 439 444-1).



La qualité du service proposé – un atout indispensable pour votre commerce!

Améliorez votre approche client avec la formation
«Vendez mieux et vendez plus ... en optant pour le service»



Depuis quelques années, de profonds changements sociétaux, technologiques et concurrentiels ont mené à de nouveaux comportements consuméristes. Les clients sont devenus plus individualistes, plus critiques et à la fois plus exigeants et moins fidèles. Le commerce luxembourgeois doit réagir à ces évolutions en instaurant une vraie «Culture de Service», qui constitue un avantage compétitif important pour chaque commerce. La maîtrise des bonnes techniques de vente, même de base, permettent de générer non seulement un chiffre d'affaires supplémentaire mais également de fidéliser les clients.

Un accueil chaleureux, des conseils compétents et des services additionnels, tels sont les éléments déterminants dans le processus décisionnel des clients.

Afin de pouvoir contribuer au développement de la compétitivité du commerce luxembourgeois, la Luxembourg School for Commerce (LSC) en étroite coopération avec la clc, a élaboré la formation «Vendez mieux et vendez plus ... en optant pour le service».

Elle se situe dans le contexte du projet «Luxembourg, Pôle de Commerce de la Grande Région».

La formation «Vendez mieux et vendez plus... en optant pour le service!» se veut très pratique et s'adresse aux vendeuses/vendeurs qui souhaitent améliorer leurs performances de vente en magasin grâce à l'apprentissage de techniques de vente basées sur la qualité du service offert. L'approche pédagogique choisie est un mélange d'intervention théorique (méthodes) et d'application pratique (jeux de simulation).

Elle poursuit trois objectifs très concrets, premièrement le développement du sens commercial et l'application des techniques de vente, deuxièmement l'amélioration de l'approche client et troisièmement la fidélisation du client grâce à la qualité du service proposé.

Le programme de la formation a été développé en fonction de ces objectifs:

- 1) Les techniques de vente et la vente additionnelle
 - Maîtriser les techniques de questionnement
 - Savoir appliquer une méthode de vente gagnante
 - Apporter une solution globale au client et le fidéliser à travers le service
- 2) La qualité du service
 - L'importance du service et de l'accueil
 - Pratiquer le service
 - Développer une culture du service propre au magasin
- 3) La communication verbale et non verbale
 - Savoir identifier les besoins du client
 - Se sentir plus à l'aise dans la conversation commerciale avec le client

Les personnes souhaitant des informations supplémentaires ou désirant s'inscrire sont priées de contacter la Luxembourg School for Commerce:

Line Jacoby – Conseillère en formation – Tél.: (+352) 42 39 39-236 – E-mail: line.jacoby@lsc.lu

Les prochaines séances:

- **Session 1:** 2 jours de formation, à savoir le 4 et le 11 octobre, de 9.00 à 12.00 et 13.30 à 17.00 heures à la Chambre de Commerce, Luxembourg
- **Session 2:** 2 jours de formation, à savoir le 18 et 25 octobre de 9.00 à 12.00 et 13.30 à 17.00 heures à Esch-sur-Alzette

Droit d'inscription: 195,00 € par participant, déjeuners compris. ■

3rd BCC Members' Trade Fair
Join us on 13 October

The British Chamber of Commerce

Business Information and Networking



Upcoming events include:

Business Events

Members' Trade Fair and Evening Business Forum

Wednesday 13 October 2010

BGL BNP Paribas Banque,
27 ave Monterey

A unique platform for BCC members
to exhibit their products and services,
opened by Peter Bateman,
H. M. Ambassador to Luxembourg.

Plus a presentation and forum on
innovation, government support for it
and its role in the economic recovery.

International Chambers Lunch

Friday 15 October 2010

Luxexpo

GUEST SPEAKER

Prime Minister Jean-Claude Juncker

Evening Business Forum Asset Management

November 2010

Interactive panel discussions with
leading financial sector players.
Speakers and venue to be advised.

Social Events

Driving Safety Day

Friday 8 October 2010

Drivers Training Centre, Colmar-Berg

Christmas Lunch

Friday 10 December 2010

Hémicycle, Kirchberg

Peter Bateman, H.M. Ambassador
to Luxembourg

With the support of



For more details on these
and other events and to register
visit www.bcc.lu or call the office on **+352 465 466**

 **The British Chamber
of Commerce for Luxembourg**

VOUS AIMEZ LE LUXEMBOURG ?

Eh bien, faites le savoir en participant au grand concours
« Luxembourg Mon Amour ».



Le principe est tout simple ! Tout ce que vous avez à faire
c'est de répondre à la question
« **Pourquoi aimez-vous le Luxembourg ?** »
et d'envoyer votre réponse par sms (160 signes maximum)
au 621 50 46 57 ou par e-mail (2.300 caractères maximum)
à merkur@cc.lu.

Les auteurs des deux déclarations d'amour les plus
originales remporteront un iPad et un iPod.
Une sélection des meilleurs textes et sms envoyés sera
publiée dans la deuxième édition du livre
« Luxembourg Mon Amour »
qui paraîtra en février 2011

Alors à vos plumes !
Le délai de participation est fixé au 31 octobre 2010.

Luxembourg**MonAmour**

Concours organisé par BGS Cross Media et la Chambre de Commerce dans le cadre de la deuxième édition du livre "Luxembourg Mon Amour" qui paraîtra en février 2011, en anglais et en couleurs. L'ouvrage rassemblera les 24 meilleurs textes reçus, ainsi que les 100 meilleurs SMS ou tweets répondant à la question « Pourquoi aimez-vous le Luxembourg ? ». Plus d'informations sur www.luxembourgmonamour.com

Sans limites. Le nouveau Amarok.



A découvrir en première à la Foire d'Automne, Hall 6B.

Où d'autres atteignent leurs limites, le nouveau Amarok excelle. Cargaisons encombrantes, palette Europe chargée de travers... il peut transporter jusqu'à 1,1 t sur sa benne, la plus large de sa catégorie. A pleine charge, il peut grimper des pentes à 100% avec son optionnelle transmission intégrale 4Motion, disponible en version embrayable ou permanente. Il peut faire plus de 1.000 km avec un plein grâce à son moteur 4 cylindres 2.0 BiTDI qui ne consomme que 7,4l/100 km en version 90 kW ou 7,9l/100 km en version 120 kW avec 400 Nm de couple. Encore des doutes pourquoi il était la voiture officielle d'accompagnement au Rallye Dakar 2010 ?

Le nouveau Amarok, déjà à partir de 26.200 € TTC.



Utilitaires

Consommation moyenne: 7,4 - 8,0 l/100 km.
Emissions CO₂: 194 - 209 g/km.

Garage M. Losch
Luxembourg

Garage M. Losch
Bereldange

Garage M. Losch
Esch/Alzette

Garage R. Cruciani
Dudelage

Garage Roger&Diego
Pétange

Garage Pauly-Losch
Strassen

Garage Castermans
Redange/Attert

Garage Kieffer
Steinfort

Garage Ed. Pepin
Ingeldorf

Garage M. Biver
Weidingen/Wiltz

Garage Kruff
Echternach

Garage Demuth
Junglinster

Garage Horsmans&Rosati
Bech-Kleinmacher

Garage Weis-Schon
Munsbach

Importateur: Autosdistribution Losch

7 juillet 2010

A la rencontre des entrepreneurs



Une vingtaine de dirigeants d'entreprise ont accepté l'invitation de la Chambre de Commerce et sont venus partager leurs expériences au Lycée classique de Diekirch

Le 7 juillet dernier, la Chambre de Commerce avait choisi de tenir son Assemblée Plénière dans la Ville de Diekirch qui célèbre cette année ses 750 ans. Les locaux du Lycée classique ont ainsi accueilli une vingtaine de dirigeants d'entreprises du

nord du pays venus partager leurs expériences et faire part de leurs doléances. De nombreuses questions ont été soulevées au cours des discussions, tournant autour de sujets tels que l'indexation automatique des salaires, qui restent aux yeux des entreprises du pays un sérieux

désavantage compétitif, de problèmes spécifiques liés à leur région, tels que l'insuffisance chronique de zones d'implantation et de la complexité d'obtenir les autorisations nécessaires pour s'y installer. La majorité des dirigeants présents a, de plus, relevé la lourdeur et la lenteur des procédures administratives qui peuvent constituer un frein au bon développement des entreprises. Enfin, les entrepreneurs présents ont exposé les problèmes de recrutement qu'ils rencontraient, mettant en lumière le fossé qui se creuse entre l'offre et la demande et l'inadéquation entre les formations des employés et les postes ouverts dans les entreprises. Autant de sujets abordés qui ont conforté la volonté de la Chambre de Commerce d'agir pour l'amélioration du cadre législatif et entrepreneurial au Luxembourg et, notamment au travers de son organe de formation, la Luxembourg School for Commerce, à multiplier les formations et les conférences afin de remédier au paradoxe du marché du travail grand-ducal où l'on observe d'un côté un chômage croissant et de l'autre, des entreprises qui ne trouvent pas de candidats pour les postes qu'elles proposent. ■



Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce et Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce, ont répondu aux questions des entrepreneurs et de la presse

La vie d'entreprise vue par les enfants

Afin de sensibiliser les plus jeunes à l'entrepreneuriat, la Chambre de Commerce et la Luxembourg School for Commerce (LSC), son organisme de formation, avaient organisé avant les congés d'été, avec l'école primaire du Kirchberg, un grand concours de dessin ayant pour thème «La vie en entreprise». 51 élèves des classes de quatrième, cinquième et sixième année scolaire, ont ainsi pu exprimer leur vision de la vie en entreprise.

Afin de leur donner une idée sur la création et le fonctionnement d'une entreprise et de les sensibiliser à leurs enjeux, quelques représentants de la Chambre de Commerce s'étaient rendus dans les classes pour donner quelques pistes de réflexion aux élèves sur le sujet. Puis, les jeunes artistes ont laissé libre cours à leur imagination. Encadrés par leurs enseignants, ils ont travaillé avec passion pendant quatre semaines et ont imaginé des œuvres aux idées diversifiées sur le travail et la vie en entreprise dans différents secteurs d'activités.

Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce, a souligné lors de la réception conviviale donnée à la Chambre de Commerce en l'honneur des élèves accompagnés de leurs professeurs, que le choix des gagnants n'avait pas été chose aisée. Il a félicité tous les enfants et leurs enseignants pour leur travail et leur engagement à l'occasion de ce concours et a donné les noms des quatre gagnants du concours, Jeannette Czapka, Yelena Berckenbosch, Besa Bardhi, Johny Humbert, dont les dessins ont été agrandis à une taille de 4 mètres sur 2 mètres et décorent depuis la terrasse du restaurant de la Chambre de Commerce. En guise de remerciement, la Chambre de Commerce a fait don d'un bon de 200 euros à la bibliothèque de l'école primaire du Kirchberg.

Rappelons que cette initiative s'inscrit dans la stratégie de sensibilisation à l'entrepreneuriat de la Chambre de Commerce. Cette action, parmi d'autres, cible les écoliers, les élèves, les étudiants et les enseignants. Au sein de la Chambre de Commerce, la LSC et l'Espace Entreprises sont en charge du rapprochement du monde

scolaire et du monde économique. Ainsi, ils participent activement à des projets comme «Jonk Entrepreneuren» et «Mini-Entreprises» destinés à sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat. A côté de projets spé-

cifiques, la Chambre de Commerce se rend aussi dans les lycées et les écoles pour présenter l'économie luxembourgeoise et les enjeux de l'entrepreneuriat. ■



Lors d'une réception, Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce, a félicité tous les enfants et leurs enseignants pour leur travail et leur engagement à l'occasion du concours de dessin



Les dessins des quatre gagnants du concours ont été agrandis et sont désormais exposés sur la terrasse du restaurant de la Chambre de Commerce



Les quatre gagnants du concours Jeannette Czapka, Yelena Berckenbosch, Besa Bardhi et Johny Humbert ont posé fièrement devant leurs œuvres

6-9 septembre 2010

Visite d'Etat au Portugal: 250 entreprises portugaises à la conférence économique



S.A.R. le Grand-Duc a ouvert le séminaire

EN BREF

19 juillet 2010

Visite de Raffaele de Lutio, ambassadeur de la République italienne



S.E. Raffaele de Lutio, ambassadeur de la République italienne est accueilli par Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce

S.E. Monsieur Raffaele de Lutio, ambassadeur de la République italienne, a été reçu le 19 juillet dernier, sur invitation de Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce. Cette visite de courtoisie était organisée suite à l'arrivée récente de S.E.M. Raffaele de Lutio au poste d'Ambassadeur extraordinaire et plénipotentiaire au Luxembourg. L'entretien a porté essentiellement sur les échanges et la coopération économique entre les deux pays et sur les événements qu'il pourrait être intéressant d'organiser à l'avenir. La Chambre de Commerce entretient déjà des contacts étroits avec l'Italie et organise chaque année une série d'événements en lien avec ce pays. Dans le cadre de cette coopération, citons par exemple en 2008, la mission économique et financière officielle qui avait été organisée en Italie du Nord. Pour 2010, l'Ambassade d'Italie envisage d'organiser, en collaboration avec la Chambre de Commerce, une série de rencontres réservées aux investisseurs institutionnels afin de présenter des possibilités d'investissement dans des secteurs moins connus de la réalité italienne. Ainsi, dans les prochains mois, une rencontre inaugurale avec le ministre de l'Agriculture Monsieur Galan devrait avoir lieu à la Chambre de Commerce.

Dans le cadre de la visite d'Etat de L.L.A.A.R.R. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse au Portugal, la Chambre de Commerce a organisé une mission économique à Lisbonne du 6 au 9 septembre 2010. Une cinquantaine d'hommes d'affaires représentant 32 entreprises luxembourgeoises ont participé à cette mission. Le programme comprenait entre autres, des rendez-vous individuels entre entreprises luxembourgeoises et portugaises, des visites à connotation économique et des réceptions de networking. Les entreprises qui le souhaitaient pouvaient également rencontrer des clients ou par-

tenaires potentiels lors de rencontres individuelles («matchmaking»). La délégation commerciale a aussi été accueillie au Taguspark, le plus grand parc des sciences et de la technologie au Portugal, par son CEO, le Prof. Nuno Crato. Plusieurs représentants de sociétés localisées dans le parc ont présenté leurs activités et projets. Le mercredi 8 septembre a eu lieu un séminaire économique et financier, organisé conjointement par la Chambre de Commerce, Luxembourg for Finance et Luxembourg for Business. S.A.R. le Grand-Duc a ouvert le séminaire auquel plus de 250 entrepreneurs portugais ont participé. Le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Jeannot Krecké, ainsi que son homologue portugais sont intervenus lors du séminaire, qui s'est terminé par une table ronde organisée par «Luxembourg for Finance». A l'issue du séminaire, les entreprises luxembourgeoises avaient invité un partenaire local à prendre part à la réception officielle offerte par L.L.A.A.R.R. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse en l'honneur de son Excellence le président de la République du Portugal et Anibal Cavaco Silva dans le cloître du Monastère des Jerónimos.

Le prochain *Merkur* traitera plus en détail de cette mission économique et comportera notamment des témoignages d'entreprises luxembourgeoises ayant participé à la mission et au matchmaking.



Plus de 300 entrepreneurs luxembourgeois et portugais étaient présents lors du séminaire économique et financier

« Lorsqu'un entrepreneur transmet son entreprise, il tourne la page qu'il a écrite.
Nous sommes là pour que son histoire se poursuive dans les meilleures conditions. »

Vous envisagez de transmettre votre entreprise ? Pensez à anticiper ce moment important. Nous vous aidons à en analyser les implications sur votre patrimoine personnel et familial ainsi que les dimensions fiscales et financières.

**BANQUE
DE LUXEMBOURG**

Transmission de patrimoine
Préparation de la retraite
Épargne et placements
Solutions de financement

www.banquedeluxembourg.lu

Contactez Marc Ketter,
Responsable des services aux entreprises,
49 924 3068



CALENDRIER 2010

Septembre

21 – 25	Pavillion Maritime (Monaco Yacht Show)
28 – 1 ^{er} oct.	Conférence EuroSun à Graz (AT) et événement de matchmaking b2fair dans le cadre du projet européen STOP4Business
28 – 2 oct.	b2fair AMB, Stuttgart (D)

Octobre

4 – 6	Expo Real, Munich
5	LfF Roadshow to Lyon
6 – 10	b2fair CeBIT Bilişim Eurasia et b2fair Broadcast, Cable and Satellite Eurasia, Istanbul (TR)
7 – 8	b2fair «World Expo Shanghai»
11 – 15	Semaine commerciale au salon «World Expo Shanghai»
14	LfF Table ronde à Francfort
20 – 21	Le Forum des Entrepreneurs by Initiatives, Liège (B)
20 – 21	b2fair L.F.E., Liège (B)
21	Salon à l'Envers, Thionville (F)
23 – 29	LfF Mission officielle en Amérique latine (Chili, Brésil, Uruguay)
26 – 27	b2fair Global Connect, Stuttgart (D)
28	b2fair Eurochambres, Bruxelles (B)
31 – 4 nov.	Mission en Angola

Novembre

9 – 12	b2fair ELMIA Subcontractor, Jonköping (SE)
14 – 16	Mission en Suède
16	CCBLM Chambre de Commerce Belgo-Luxembourgeoise au Maroc
17 – 21	14 th Cape Verde International Fair International and multi-sectorial trade event Praia, Santiago Island (Cape Verde)
18	Forum économique en Belgique
22	LfF Mission officielle à Milan
21 – 24	Big 5 Show, Dubai, UAE
22 – 24	LfF 17 ^e «World Islamic Banking Conference» à Manama (Bahrain)
30 – 3 déc.	b2fair Pollutec, Lyon (F)

Décembre

2 – 4	Conférence LfF au salon MIPIM, Cannes (F)
8	Conférence «Fit 4 Fairs»

Réseaux

b2fair: un succès toujours grandissant

Le b2fair développe ses activités depuis plus de six ans, sa popularité a rapidement grandi depuis sa création et le nombre des événements a augmenté considérablement grâce à une demande toujours plus importante pour ce service de *matchmaking* pionnier. Le concept b2fair doit sa réussite à plusieurs aspects innovants, le premier d'entre eux étant qu'il combine les avantages d'un salon professionnel international et d'une bourse de coopération, le deuxième, qu'il dispose de l'efficacité du système de *matchmaking* spécialisé.

Emmanuel Bidaine, chargé de relations au Centre de Recherche Public Henri Tudor explique: «Je collabore à des salons professionnels depuis 15 ans et, à mon avis, le b2fair est l'un des moyens les plus efficaces pour les entreprises d'établir des contacts internationaux. Le *matchmaking* b2fair est un outil remarquable étant donné qu'il sert de vitrine en permettant d'exploiter des contacts importants. Il s'agit aussi d'une plate-forme d'échange de savoir-faire et d'informations des tendances industrielles. En outre, le b2fair aide à établir rapidement des contacts avec des entreprises importantes pour votre société». Et Emmanuel Bidaine de souligner qu'«un autre aspect important du b2fair consiste dans la possibilité d'étendre vos réseaux professionnels grâce aux entreprises rencontrées lors de l'événement. L'année dernière, en Belgique, j'ai rencontré un fournisseur de matériaux qui nous a mis en relation avec de grandes entreprises impliquées dans des projets internationaux importants dans les domaines de l'aérospatial et le développement de nouveaux matériaux».

■ Une démarche d'internationalisation

Étant une marque déposée, le b2fair dispose d'un logiciel d'avant-garde qui permet aux entreprises de visionner tous les profils des autres entreprises inscrites. Ce concept dont le procédé est simple permet aux entreprises d'accéder à l'international en seulement quatre éta-

pes: l'inscription, la création de leur profil de coopération, l'identification des partenaires potentiels et la fixation des rendez-vous et finalement les rendez-vous sur place. Après leur inscription les participants ont la possibilité de parcourir le catalogue en ligne en faisant une recherche par secteur, par produit ou par pays. Une fois les partenaires potentiels sélectionnés, les rendez-vous sont fixés directement en ligne.

Lors de l'événement, le b2fair fournit l'infrastructure et l'espace aux entreprises, leur offrant tout le confort pour établir des négociations fructueuses. Le concept du b2fair est fondé sur trois étapes importantes pour aider les entreprises dans leurs démarches d'internationalisation avant, pendant et après l'événement.

CB Chemie und Biotechnologie GmbH, société active dans le domaine de l'industrie chimique, participe au b2fair depuis son lancement en 2005 et a gagné l'award b2fair pour le nombre de rendez-vous et de partenariats conclus le plus élevé en 2010. Pour Martin Feindt, vice-président Export, CB Chemie und Biotechnologie GmbH, «le b2fair facilite la recherche de partenaires potentiels. L'événement est très bien organisé ce qui me donne le temps de préparer les rendez-vous à l'avance. Malgré le désordre dû à de nombreuses annulations de vol lors de la récente éruption du volcan islandais, la plupart de nos rendez-vous ont tout de même eu lieu. L'unité de coordination b2fair a été très performante et nous avons eu beaucoup de rendez-vous prometteurs dans le cadre de la Hannover Messe cette année».

CB Chemie und Biotechnologie GmbH a établi divers partenariats par le biais de sa participation au b2fair et a utilisé cet outil de manière efficace pour le développement de l'entreprise. Près de 30 % des contacts ont abouti à des partenariats. En outre, CB Chemie a participé à l'événement b2fair qui s'est déroulé en Suède cette année et considère qu'il a été une réussite, puisque 6 des 8 contacts noués sur place ont abouti à des contrats d'affaires.



CB Chemie und Biotechnologie GmBH a gagné l'award b2fair pour le nombre de rendez-vous et de partenariats conclus le plus élevé en 2010. Martin Feindt, vice-président Export: «Le b2fair facilite la recherche de partenaires potentiels»



PZL-ZSM Spółka Akcyjna a également obtenu un award b2fair lors de la Hannover Messe 2010. Zbigniew Wagner, directeur: «Ce concept offre la possibilité de trouver des partenaires sans devoir investir beaucoup de temps ou d'argent»



Emmanuel Bidaine, chargé de relations au Centre de Recherche Public Henri Tudor: «Le b2fair est l'un des moyens les plus efficaces pour les entreprises d'établir des contacts internationaux»



Ambi Venkataraman, gérant des sociétés EMDI EUROPE S.A et EMDI CONGRUENT SOLUTIONS S.A.: «Le b2fair a toujours engendré des résultats positifs pour nous»



Claudy Antoine, managing director de la société Engineered Packaging Center SA (EPC): «Le matchmaking est un outil formidable»

La plupart des entreprises participent au b2fair afin non seulement d'élargir leur réseau professionnel, mais aussi pour trouver des distributeurs, des fournisseurs et des clients. Le b2fair leur sert d'instrument pour établir des partenariats durables, ainsi que pour assurer le contact direct avec de nouveaux clients potentiels.

Claudy Antoine, managing director de la société Engineered Packaging Center SA (EPC) affirme que «le matchmaking est un outil formidable pour aider les entreprises dans l'exploration d'un nombre important de contacts professionnels au niveau international et ce dans un délai relativement court. La plate-forme b2fair, mise en place dans le cadre de la Hannover Messe, nous

FOIRES DE NOVEMBRE 2010

INDUSTRIE DU BATIMENT/ DECORATION INTERIEURE

04.11.2010 – 07.11.2010

HUIS – Construction de maison et habitat
Hengelo (Pays-Bas)
Tél.: +31 546 546 820

05.11.2010 – 07.11.2010

HAUS & BAU
Construction de maison et habitat
Ried (Autriche)
Tél.: +43 7752 840 110

11.11.2010 – 14.11.2010

HAUSBAU- UND ENERGIEMESSE
Salon de construction et de l'énergie
Berne (Suisse)
Tél.: +41 32 344 0318

11.11.2010 – 14.11.2010

WOHN-RAUM – Habitat et aménagement intérieur
Berne (Suisse)
Tél.: +41 31 340 1111

16.11.2010 – 19.11.2010

EQUIP'BAIE
Salon International des tendances de la Baie
et du Métal – édition développement durable
Paris (France)
Tél.: +33 1 47 56 5000

17.11.2010 – 19.11.2010

GET NORD
Salon professionnel de l'électricité, des
sanitaires, du chauffage et de la climatisation
Hambourg (Allemagne)
Tél.: +49 40 356 90

24.11.2010 – 25.11.2010

THE SLEEP EVENT
Salon des aménagements intérieurs pour hôtels
Londres (Grande-Bretagne)
Tél.: +44 20 79 21 5000

AUDIOVISUEL

04.11.2010 – 06.11.2010

VISCOM FRANKFURT
Salon professionnel international sur
la communication visuelle
Francfort/Main (Allemagne)
Tél.: +49 211 90 1910

23.11.2010 – 24.11.2010

JTSE – Journées Techniques du Spectacle
et de l'Événement
Paris (France)
Tél.: +33 2 40 48 64 24

23.11.2010 – 25.11.2010

SPS/IPC/DRIVES – Automation Électrique –
Systèmes et Composants – Salon & Congrès
Nuremberg (Allemagne)
Tél.: +49 711 619 460

SYSTEMES ELECTRONIQUES

09.11.2010 – 12.11.2010

ELECTRONICA
Composants/systèmes/applications
Munich (Allemagne)
Tél.: +49 89 949 207 20

ENERGIE/ENVIRONNEMENT/SECURITE

02.11.2010 – 05.11.2010

EXPOPROTECTION/FEU
Salon de la Gestion Globale des Risques
Paris (France)
Tél.: +33 2 11 55 62 81

11.11.2010 – 13.11.2010

GEOPROTECTA
Gestion intégrale au niveau des catastrophes
naturelles et changements climatiques
Saint Gall (Suisse)
Tél.: +41 71 24 20 101

12.11.2010 – 14.11.2010

ENERGIES+ – Salon des économies d'énergies
Marche en Famenne (Belgique)
Tél.: +32 4 22 317 76

16.11.2010 – 19.11.2010

BIOENERGY DECENTRAL
Salon de la fourniture décentralisée d'énergie
Hanovre (Allemagne)
Tél.: +49 69 247 880

30.11.2010 – 03.12.2010

POLLUTECH – Salon Intern. des Equipements/
Technologies-Eau-Air-Energie-Déchets-
Nettoyage-Recyclage-Bruit-Risques-Santé-
Dépollution des Sites
Lyon (France)
Tél.: +33 1 47 56 5000

HORECA**06.11.2010 – 10.11.2010**

ALLES FÜR DEN GAST – HERBST
Salon international des industries hôtelières
Salzbourg (Autriche)
Tél.: +43 662 44 770

07.11.2010 – 10.11.2010

Gastronomia – Salon de l'alimentation,
de la restauration et de l'hôtellerie
Lausanne (Suisse)
Tél.: +41 21 643 2111

14.11.2010 – 18.11.2010

EQUIP'HOTEL – Salon de l'Equipment de Hôtels
Paris (France)
Tél.: +33 1 47 56 5000

20.11.2010 – 24.11.2010

EXPOGAST
Salon international de la gastronomie
Luxembourg (Luxembourg)
Tél.: +352 43 991

Immobilier**17.11.2010 – 19.11.2010**

MAPIC – Marché International de l'immobilier
Cannes (France)
Tél.: +33 1 41 90 44 00

Franchise**15.11.2010 – 16.11.2010**

TOP FRANCHISE MEDITERRANEE
Salon de la Franchise
Marseille (France)
Tél.: +33 1 47 56 5000

LOGISTIQUE**16.11.2010 – 19.11.2010**

PACK&MOVE
Salon pour solutions logistiques et
technologies d'emballage
Bâle (Suisse)
Tél.: +41 58 200 2020

à aidé à organiser des rencontres avec des partenaires potentiels. Nous avons planifié 7 rendez-vous et nous en avons fixé 5 autres sur place ce qui nous a fait

un total de 12 rendez-vous d'affaires en deux journées. Rencontrer 12 entreprises en deux jours aurait été difficile, voire impossible, sans participer à un tel événement.

Après les deux jours de *b2fair* à Hanovre, EPC, prestataire de services à forte valeur ajoutée dans le domaine du packaging, a pu rester en contacts avec les entreprises rencontrées et exploiter les possibilités de partenariat afin de développer ses activités dans la Grande Région».

■ Un catalogue en ligne

Le *b2fair* est un outil particulièrement utile pour les PME pour lesquelles les frais d'exposition à la foire d'Hannovre sont trop élevés: il permet la publication de leur profil dans le catalogue en ligne tout comme il permet aux visiteurs d'être également visibles. Ainsi, le *b2fair* leur donne l'occasion de s'identifier entre eux, ce qui est difficilement réalisable pendant un salon conventionnel sans *matchmaking*. En outre, l'interaction entre visiteurs et exposants, ainsi qu'entre exposants et exposants est également assurée.

PZL-ZSM Spółka Akcyjna, une entreprise polonaise active dans la métallurgie, l'outillage, et la production d'éléments et de constructions en acier, a également obtenu un award *b2fair* lors de la Hannover Messe 2010. Zbigniew Wagner, directeur de la société, explique que «ce concept offre la possibilité de trouver des partenaires sans devoir investir beaucoup de temps ou d'argent. Grâce au *b2fair*, nous avons pu contacter plus de 100 entreprises et nous avons pu établir des coopérations plus concrètes avec une dizaine d'entre elles».

Le *b2fair* fournit différents services à ses participants, notamment le contrôle de qualité des profils publiés ainsi que la promotion des profils dans des bases de données européennes de la Commission européenne et dans la base de données *b2fair* en ligne «*b2fair24*». Par ailleurs, le concept aide les entreprises dans l'élaboration d'accords de coopération et étend leur recherche de partenaires.

Participant depuis longtemps au concept de *b2fair*, Ambi Venkataraman, gérant des sociétés EMDI Europe S.A et EMDI Congruent Solutions S.A. et également nouveau consul général honoraire de l'Inde au Luxembourg

ajoute «le *b2fair* a toujours engendré des résultats positifs pour nous et nous apprécions donc cet outil. Cet événement offre beaucoup d'opportunités de rencontrer des partenaires potentiels à une PME comme la nôtre. Nous sommes en contact avec les entreprises rencontrées à Hanovre cette année et nous analysons actuellement les possibilités de partenariat. Le *b2fair* est un outil remarquable pour l'échange d'expériences et aide les entreprises à atteindre un effet d'apprentissage rapide concernant les différentes industries, ainsi que la compétition sur les marchés».

Pour les participants au *b2fair*, les partenariats professionnels connaissent un succès grandissant. Au cours de la dernière année, le *b2fair* a étendu son réseau de partenaires et ainsi, l'événement à la Hannover Messe se constituait d'un réseau de 80 partenaires issus de 40 pays.

A l'occasion de la dernière édition de la Hannover Messe, le concept *b2fair*, qui célébrait son sixième anniversaire, s'est vu récompenser par le prix «Germany – Land of Ideas» et reconnu comme l'une des 365 «points de repères de l'année 2010 – selected Landmarks 2010». Cette récompense est placée sous le haut patronage du président fédéral d'Allemagne, Christian Wulff et sélectionne chaque année d'éminents projets qui démontrent le potentiel de l'Allemagne comme terre d'innovation.

La demande croissante de la part des entreprises pour participer au concept de *b2fair* et les possibilités qu'il leur offre dans l'établissement de réseaux internationaux vont emmener le concept jusqu'à l'Exposition universelle de Shanghai en octobre. L'organisation d'un *b2fair* à l'Exposition de Shanghai vise à promouvoir l'internationalisation à grande échelle et l'événement aura le rôle de passerelle pour les entreprises européennes vers le marché chinois.



SPECIALISTE DANS LA GESTION DU COURRIER PROFESSIONNEL

- ☒ Collecte et remise du courrier
- ☒ Courses express
- ☒ Transport national et international
- ☒ Affranchissement en nos locaux
- ☒ Mise à disposition de personnel sur site
- ☒ Etc. ...

LT Services est un prestataire de qualité offrant une large gamme de services.

Comptant parmi sa clientèle des sociétés de renom telles que ERNST & YOUNG ou CETREL SA, nous nous positionnons en offrant des prestations de qualité à des coûts très attractifs afin de répondre aux contraintes économiques actuelles auxquelles sont confrontées toutes les entreprises.

Nous souhaitons être perçus non pas comme un **fournisseur** mais comme un **partenaire**.

En confiant vos prestations courrier et autres à LT Services, vous pouvez ainsi vous recentrer sans crainte sur votre activité principale et ainsi gagner en productivité et en efficacité.

Notre souhait : devenir votre partenaire privilégié

Notre exigence : votre confiance

LT Services, Tél. : 26 39 33 02, www.lt-services.lu

28 septembre – 1^{er} octobre 2010

Découvrir des éco-technologies à Graz

Penser à demain et aux générations futures: les concepts de durabilité sont dans la tendance en 2010 et les éco-technologies et le développement durable se sont imposés au cours des dernières années.

Selon l'agence autrichienne «PSE AG – projects in solar energy», nous traversons actuellement une phase de révolution énergétique avec un avancement considérable dans l'exploitation de l'énergie solaire.

Dans cette perspective, la PSE AG organise, en collaboration avec l'institut AEE INTECT pour les énergies renouvelables, la conférence «Euro-Sun» à Graz, capitale de la province autrichienne de Styrie, dans le but de promouvoir les vastes possibilités d'exploitation.

La conférence tournera prioritairement autour des thèmes suivants:

- L'énergie solaire dans l'architecture
- Les bâtiments d'énergie zéro
- L'emploi d'énergie solaire dans les bâtiments
- Les applications solaires thermiques

- Les technologies avancées de chauffage solaire domestique de l'eau
- Chauffage solaire des locaux
- Energie solaire pour applications industrielles et commerciales
- Climatisation grâce à l'énergie solaire
- Capteurs solaires
- Outils d'ingénierie et de simulation
- Analyses et certifications
- Radiation solaire et accessibilité de l'énergie solaire
- Autres thématiques en relation avec l'énergie solaire
- Autres composants de systèmes thermiques solaires.

Avec 3.500 m² de capteurs solaires, la ville de Graz dispose, depuis 2008, de la plus grande installation solaire d'Europe centrale. Selon l'ORF (Österreichischer Rundfunk),



chischer Rundfunk), cette installation permet d'économiser 480.000 kg de CO₂ par année.

La ville de Graz s'engage non seulement sur le plan des énergies solaires, mais cherche également à exploiter les énergies renouvelables en général. Le projet «Green Jobs» de l'«Arbeitsmarkt-

service Graz», créant de nouveaux postes dans le secteur des éco-technologies, s'inscrit notamment dans la stratégie environnementale de la ville de Graz et de la région de Styrie.

Dans le but d'encourager le transfert de technologies et de l'implémentation des énergies renouvelables en entreprise,

le projet «STOP4Business» (www.stop-4business.com) a reçu l'accord de la Commission européenne en 2009. Le projet a été soumis par le réseau *b2fair*, spécialisé dans l'organisation de bourses de coopération, suite à un appel d'offre de la Commission.

Sur une durée de deux ans, des bourses de coopération sont organisées dans le cadre de 4 salons professionnels portant sur les éco-technologies et les énergies renouvelables, notamment à l'occasion de la conférence «EuroSun», qui se déroulera du 28 septembre au 1^{er} octobre 2010 à Graz.

Si vous êtes intéressés par cette initiative, n'hésitez pas à contacter:
Enterprise Europe Network – Luxembourg – Chambre de Commerce
7, rue Alcide de Gasperi – L-2981 Luxembourg
Tél.: (+352) 42 39 39-333 – E-mai: b2fair@cc.lu

20-21 octobre 2010

Accéder à de nouveaux marchés avec le «b2fair L.F.E. 2010» à Liège

Dans le contexte de la globalisation et de la concurrence accrue sur les marchés, il est intéressant pour les entreprises de participer dans les échanges internationaux et de veiller à augmenter leurs parts de marché. Les foires et salons professionnels, ainsi que les bourses de coopération sont un excellent outil afin de trouver des partenaires potentiels sur les marchés étrangers. Les événements de matchmaking *b2fair* sont des plates-formes de coopération professionnelles, qui ont pour but de permettre aux entreprises d'accéder à de nouveaux marchés ainsi que d'établir des relations d'affaires durables, et ceci par le biais de contacts de qualité et sur mesure soigneusement arrangés au préalable.

Dans ce cadre, la Chambre de Commerce co-organisera avec Enjeu a.s.b.l., pour la 5^e fois, la bourse de partenariat internationale «b2fair L.F.E 2010» touchant tous les secteurs d'activité. Vous pourrez dès lors y rencontrer des exposants et/ou visiteurs du secteur concerné sous forme de rendez-vous d'affaires arrangés avant le salon en fonction du profil de votre société. La participation à cette bourse d'affaires est gratuite pour les exposants participant au stand collectif.

Les événements de partenariat et de networking constituent un vecteur idéal pour les petites et moyennes entreprises qui souhaitent développer des partenariats d'affaires techniques ou commerciaux et trouver, dans un contexte économique en perpétuel changement, de nouveaux débouchés pour leurs produits, services et technologies dans un secteur particulièrement évolutif.

La bourse de contacts «b2fair L.F.E 2010» propose aux participants des opportunités de rencontres d'affaires professionnelles ciblées afin de trouver des partenaires potentiels ainsi que de rentrer rapidement en contact avec des entreprises actives dans le domaine des services aux entreprises et dans bien d'autres secteurs d'activités.

■ Quel est l'objectif du b2fair au salon «Le Forum des Entrepreneurs by initiatives»?

L'objectif principal du «b2fair L.F.E 2010» est de promouvoir les relations d'affaires bilatérales et stimuler des rencontres «inter-entreprises» concrètes entre les opérateurs économiques des secteurs visés afin de générer des accords de partenariat transnationaux. Cette plate-forme de rencontres s'adresse aux entreprises actives dans les secteurs des services, mais aussi à

toute autre entreprise en quête de coopération (TPE, PME, PMI, grandes entreprises TIC, sous-traitants, fournisseurs, partenaires en R&D appliquées, spin-offs, etc.).

- Les avantages sont multiples:
- Gain de temps considérable grâce à la préparation de vos rendez-vous d'affaires arrangés au préalable;
 - Opportunité pour les participants de se présenter et de mettre en lumière leurs solutions, technologies et produits innovants et de découvrir les dernières nouveautés du marché;
 - Occasion unique pour échanger des informations et sans savoir-faire;
 - Consultation en ligne d'un catalogue reprenant l'ensemble des profils de coopération (PC) des entreprises enregistrées;
 - Rencontre d'un maximum de clients potentiels sur un salon professionnel;
 - Investissement moindre en temps et en argent.

Si vous souhaitez participer au stand collectif luxembourgeois ou au networking *b2fair*, nous vous prions de bien vouloir nous retourner le formulaire suivant dûment complété.

FORUM DES ENTREPRENEURS 2010 • à remplir en lettres majuscules (toutes les mentions sont obligatoires)

Entreprise: _____

Numéro au RCS: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____ @ _____

est intéressé par le stand collectif luxembourgeois et souhaite recevoir des renseignements complémentaires

Date: _____

Signature: _____

A retourner à:

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International

L-2981 Luxembourg

Tél.: (+352) 42 39 39-333 • Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: international@cc.lu

”La langue
habille
la pensée.”

SAMUEL JOHNSON (1709-1784)

«Carte Blanche» pour les langues.

Notre programme de formations sur mesure est adapté aux besoins des entreprises et des particuliers.



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

 **prolingua.lu**
LANGUAGE CENTRE

30 novembre-3 décembre 2010

Le salon Pollutec accueille son premier b2fair



Pour la toute première fois, la bourse de contact *b2fair* intégrera le salon Pollutec du 30 novembre au 3 décembre 2010. Pollutec est le salon leader mondial du marché de l'environnement. Il rassemblera pendant 4 jours à Lyon l'ensemble des équipements, technologies et services de traitement de toutes les pollutions et plus généralement de préservation de l'environnement et de mise en œuvre du développement durable, devenus un sujet important. En effet, développement durable rime désormais avec protection mais également efficacité, croissance économique et progrès continu. L'Union européenne met un point d'honneur à protéger l'environnement et encourage le développement de l'éco-innovation et les technologies dites «vertes». Dès lors, le réseau international *b2fair* s'est engagé à mettre en relation des entreprises des secteurs liés à l'environnement grâce au projet européen «STOP4Business». Le *B2fair* Pollu-

tec fait partie des événements organisés dans le cadre du projet européen «STOP4Business» dont le but est de faciliter l'accès des PME aux marchés étrangers, de les soutenir dans leur recherche de nouveaux partenaires, clients et fournisseurs, ainsi que d'encourager le transfert de technologies.

La 24^e édition du salon Pollutec réunira près de 2.400 exposants présentant une offre multisectorielle qui répond aux évolutions du marché à 75.000 visiteurs professionnels issus de l'industrie, des collectivités locales, du bâtiment et du secteur tertiaire.

Les secteurs d'exposition du salon Pollutec sont les suivants:

- Air
- Analyse, Mesure, Contrôle
- Déchets
- Eaux et Eaux usées
- Energies propres et renouvelables – gaz à effet de serre
- Risques
- Mobilité
- Services et Développement durable
- Organismes, administration, collectivités, instituts des recherches, Etablissements publics, ONG
- Sites et sols

L'inscription au *b2fair* comprend les services suivants:

- Entrée gratuite au salon Pollutec
- Remise d'un dossier d'information complet ainsi que du planning de rendez-vous individuel à l'arrivée;
- Vérification et publication du profil de coopération dans le catalogue en ligne;
- Planification des rendez-vous d'affaires individuels avec les entreprises correspondant aux critères de sélection de l'entreprise participante;
- Mise à jour régulière du planning de rencontres;
- Service d'interprétation en cas de besoin;
- Service d'assistance/conseil offert par l'Unité de Coordination *b2fair* avant, pendant et après l'événement;
- Navettes assurant les transferts entre les hôtels et le site de la foire;
- Assistance dans la planification du voyage (réservation d'hôtel, transport sur place).

Si vous êtes intéressés par les rencontres d'affaires *b2fair* qui auront lieu lors du salon Pollutec, nous vous prions de bien vouloir retourner le bulletin ci-dessous. ■

RENCONTRES D'AFFAIRES *b2fair* AU SALON POLLUTEC • à remplir en lettres majuscules (toutes les mentions sont obligatoires)

Entreprise: _____

Fonction: _____

Numéro au RCS: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

souhaite participer à la bourse de contacts

souhaite recevoir de plus amples informations et voudrait être recontacté(e) par téléphone

Date: _____

Signature: _____

A retourner à:

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International – Enterprise Europe Network

L-2981 Luxembourg

Personnes de contact: Mme Sabrina Aksil/M. Niels Dickens

Tél.: (+352) 42 39 39-372/371 • Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: een@cc.lu

Site officiel de l'événement: www.pollutec.com

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 face à de grandes entreprises 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, Enterprise Europe Network-Luxembourg 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 27 Etats membres de l'Union européenne, dans un pays candidat à l'adhésion ou dans un Etat tiers où le réseau 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 Enterprise Europe Network-Luxembourg auprès de la Chambre de Commerce. Une entrevue peut également être arrangée sur simple demande:

**Chambre de Commerce
Enterprise Europe Network –
Luxembourg**

Tél.: (+352) 42 39 39-333

Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: een@cc.lu

OFFRES DE COOPERATION

- 1 Société lettone, spécialisée dans la production de meubles, recherche des agents commerciaux et des distributeurs (EEN-20100723022)
- 2 Société belge, spécialisée dans la création de sites internet, dans le référencement et l'optimisation des moteurs de recherche, dans le e-commerce, etc., recherche des partenaires pour compléter son champ d'activités: agences de communications, agences de publicités et des revendeurs (EEN-20100719006)
- 3 Bureau de conseils juridiques polonais, spécialisé dans les services juridiques destinés aux sociétés étrangères souhaitant s'installer ou commercer avec la Pologne, propose ses services (EEN-20100716007)
- 4 Société polonaise, spécialisée dans la distribution de matériels et d'accessoires pour les écoles et les bureaux de sociétés, recherche des producteurs (EEN-20100714050)
- 5 Société roumaine, spécialisée dans la production de bougies pour mariage et baptême, recherche des distributeurs ou des intermédiaires commerciaux (EEN-20100714031)
- 6 Producteur turc de vins recherche des partenaires pour former une joint venture ou une fusion ou des partenaires, ou des investisseurs financiers (EEN-20100713049)
- 7 Société russe, spécialisée dans la vente en gros de nourriture, boissons et tabac, propose ses services comme intermédiaire commercial pour les sociétés souhaitant commercialiser leurs produits en Russie (EEN-20100712068)

- 8 Producteur français de cognac recherche des distributeurs de vins et spiritueux de haute gamme pour la distribution de son portfolio de Cognac Grand Cru (EEN-20100711002)
- 9 Société serbe, spécialisée dans la production de vêtements de travail, recherche des distributeurs et propose ses services comme sous-traitant (EEN-20100708047)
- 10 Société espagnole, spécialisée dans la production de vêtements pour hommes et femmes, recherche des intermédiaires commerciaux (EEN-20100706072)

BON DE COMMANDE – BOA – Merkur Septembre2010 • à remplir en lettres majuscules (toutes les mentions sont obligatoires)

Entreprise: _____
 Numéro au RCS: _____
 Nom: _____
 Prénom: _____
 Adresse: _____
 Code postal/localité: _____
 Téléphone: _____
 Fax: _____
 E-mail: _____@_____

1 2 3 4 5 6
 7 8 9 10

Date: _____

Signature: _____

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
 Département International
Enterprise Europe Network – Luxembourg
 L-2981 Luxembourg
 Tél.: (+352) 42 39 39-333 • Fax: (+352) 43 83 26 – E-mail: een@cc.lu

Textes européens publiés du 26 juin 2010 au 15 août 2010

Enterprise Europe Network-Luxembourg vous offre, par le biais du bulletin de la Chambre de Commerce, la possibilité de commander gratuitement des recommandations, communications, décisions, directives et règlements européens.

Vous trouverez ainsi dans chaque édition du *Merkur* une liste référentielle contenant une sélection de ces textes publiés lors de la période précédant sa parution.

Pour obtenir un ou plusieurs des documents listés, il vous suffit de

nous retourner le bon de commande en cochant le numéro du document ainsi que la langue de votre choix. Le(s) document(s) souhaité(s) vous sera/seront transmis gratuitement par courrier normal ou par courrier électronique. ■

Communications publiées du 26 juin 2010 au 15 août 2010

1 2010/C 202/02 Avis de mise en œuvre de l'action de garantie au titre de l'instrument européen de microfinancement

Recommandations publiées du 26 juin 2010 au 15 août 2010

2 2010/410/UE Grandes orientations des politiques économiques des Etats membres et de l'Union

Décisions publiées du 26 juin 2010 au 15 août 2010

3 2010/384/UE Quantité de quotas à délivrer pour l'ensemble de la Communauté pour 2013 dans le cadre du système d'échange de quotas d'émission de l'Union européenne

Directives publiées du 26 juin 2010 au 15 août 2010

4 2010/45/UE Système commun de taxe sur la valeur ajoutée en ce qui concerne les règles de facturation

5 2010/43/UE Exigences organisationnelles, les conflits d'intérêts, la conduite des affaires, la gestion des risques et le contenu de l'accord entre le dépositaire et la société de gestion

6 2010/42/UE Certaines dispositions relatives aux fusions de fonds, aux structures maître-nourricier et à la procédure de notification

Règlements publiés du 26 juin 2010 au 15 août 2010

7 573/2010 Normes de base communes dans le domaine de la sûreté de l'aviation civile

8 584/2010 Forme et contenu de la lettre de notification normalisée et de l'attestation OPCVM, utilisation des communications électroniques entre autorités compétentes aux fins de la notification, et procédures relatives aux vérifications sur place et aux enquêtes et à l'échange d'informations entre autorités compétentes

9 583/2010 Informations clés pour l'investisseur et conditions à remplir lors de la fourniture des informations clés pour l'investisseur ou du prospectus sur un support durable autre que le papier ou au moyen d'un site web

BON DE COMMANDE – Textes européens – Merkur Septembre 2010 • à remplir en lettres majuscules

Entreprise: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

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

**Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg**
Département International
Enterprise Europe Network – Luxembourg
L-2981 Luxembourg
Tél.: (+352) 42 39 39-333 • Fax: (+352) 43 83 26
E-mail: een@cc.lu

Etude

Les PME présentes sur la scène internationale obtiennent de meilleurs résultats

Selon une nouvelle étude de la Commission européenne 25 % des petites et moyennes entreprises (PME) de l'UE 27 exportent ou ont exporté à un moment donné au cours des trois dernières années. Les PME opérant sur le plan international font état d'une croissance de l'emploi de 7 %, contre 1 % pour les entrepri-

ses sans aucune activité internationale. En outre, internationalisation et innovation sont étroitement liées: 26 % des PME internationales ont présenté des produits ou des services nouveaux pour leur secteur dans leur pays, alors que seules 8 % des autres petites entreprises en ont fait autant. Toutefois, les activités internationales visent principalement

les autres pays du marché intérieur et seules 13 % environ des PME de l'UE prennent part à des marchés extérieurs à l'UE. A l'échelle internationale, les entreprises européennes sont plus actives que les PME américaines ou japonaises. Il ne s'agit là que d'une partie des constatations de l'étude sur l'internationalisation des PME européen-

nes («Internationalisation of European SMEs»), qui établit une carte du niveau d'internationalisation des PME européennes et met en évidence les principaux obstacles et avantages de l'internationalisation.

Antonio Tajani, vice-président de la Commission et commissaire à l'entrepreneuriat et à l'industrie, a déclaré: «En dépit des occasions que leur offrent le marché unique élargi et la mondialisation en général, les PME européennes demeurent largement tributaires de leurs marchés nationaux. Pour stimuler la croissance, accroître la compétitivité et favoriser la durabilité des entreprises, il est important que nos petites sociétés améliorent leurs résultats en matière de transactions commerciales transfrontalières et internationales.»

L'étude passe en revue 26 secteurs distincts. Le pourcentage de PME internationalisées le plus élevé est enregistré dans les secteurs du commerce de gros, de l'industrie minière, de l'industrie manufacturière et du commerce de véhicules automobiles. Dans la catégorie des services, le secteur de la recherche affiche d'excellents résultats. Les secteurs d'activité présentant les plus fortes proportions de PME exportatrices sont l'industrie minière (58 %), l'industrie manufacturière (56 %), le commerce de gros (54 %), la recherche (54 %), le commerce de véhicules automobiles (53 %), la location (39 %) et le transport et la communication (39 %).

Il existe un lien direct entre l'internationalisation et l'amélioration des résultats des PME.

1. Les constatations les plus édifiantes de l'étude

- 25 % des PME de l'UE 27 exportent ou ont exporté à un moment donné au cours des trois dernières années.
- Les pays partenaires sont principalement d'autres pays de l'UE – 76 % de l'ensemble des PME exportatrices sont tournées vers le marché intérieur.
- Il existe un lien direct entre le niveau de l'internationalisation et la taille de l'entreprise. Plus la PME est grande, plus elle est internationalisée.
- Il existe une corrélation négative entre le nombre d'habitants du

pays d'origine de la PME et son niveau d'activité internationale.

2. Les PME présentes sur la scène internationale obtiennent de meilleurs résultats

- Les PME internationales créent davantage d'emplois: les PME opérant sur le plan international font état d'une croissance de l'emploi de 7 %, contre seulement 1 % pour les PME sans aucune activité internationale.
- Les PME internationales sont plus innovantes: 26 % des PME opérant sur le plan international ont présenté des produits ou des services nouveaux pour leur secteur dans leur pays; pour les autres PME, ce taux n'est que de 8 %.
- L'importation est un tremplin pour l'exportation: les PME qui sont à la fois importatrices et exportatrices ont commencé deux fois plus souvent par l'importation (39 %) que par l'exportation (18 %).
- La plupart des PME ignorent l'existence de l'aide publique: seules 16 % d'entre elles connaissent les programmes d'aide publique à l'internationalisation et seul un petit nombre y a recours.
- Les PME européennes sont plus actives que les PME américaines ou japonaises sur la scène internationale. Globalement, les entreprises européennes sont plus actives que leurs homologues au Japon ou aux Etats-Unis et obtiennent de meilleurs résultats, même si l'on tient compte uniquement des exportations extra-UE.

3. Recommandations pour une politique d'aide en faveur des PME

- Il y a lieu d'encourager la sensibilisation et le recours aux programmes d'aide publique.

- Il faut faciliter l'accès des micro-entreprises aux mesures d'aide: ce sont elles qui ont le plus besoin des programmes d'aide et qui en tireraient le plus profit.
- Innovation et internationalisation sont étroitement liées. Cela indique clairement qu'il convient de coordonner les décisions politiques visant à stimuler l'innovation et l'internationalisation, voire de fusionner les services chargés de mettre en œuvre ces deux types de mesures.
- L'importation est un tremplin pour l'exportation. Les programmes d'aide publique doivent en tenir compte.

Contexte

Cette étude a pour objectif de fournir une vue d'ensemble actualisée et complète du niveau d'internationalisation des PME européennes. Ses données et ses conclusions reposent sur une enquête menée au cours du printemps 2009 auprès de 9.480 PME dans 33 pays européens. L'étude analyse toutes les activités qui inscrivent les PME dans une relation commerciale sérieuse avec un partenaire étranger: exportations, importations, investissements directs étrangers, sous-traitance internationale et coopération technique internationale. Les résultats permettent de broser un tableau détaillé de la situation par pays, par taille des PME (micro, petite, moyenne) et par secteur (26 groupements sectoriels distincts ont été passés en revue).

Source: Représentation de la Commission européenne au Luxembourg ■

Pour de plus amples informations

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm

Voyez grand.

Le nouvel Opel Movano.



Chez Opel, nous cherchons à améliorer nos modèles en permanence. La preuve: le nouvel Opel Movano. Grâce à un large choix de hauteurs, de longueurs et d'équipements, il est plus grand, plus robuste et plus polyvalent que jamais, tout en restant un modèle d'économie de carburant dans sa catégorie. Avec sa cabine confortable, ses options comme les roues arrière motrices et le double train arrière, rien ne lui résiste. Pour en savoir plus sur le nouvel Opel Movano, rendez-vous chez votre Distributeur Opel.

www.opel.lu



DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.



Wir leben Autos.

AUTOPOLIS

Zone d'activités Bourmicht - 8070 Bertrange - Tél. 43 96 96 2100

- MOTOR CENTER DIEKIRCH - Route de Larochette 24 - 9524 Diekirch - Tél. 80 31 81
- GARAGE J.P. RIES - Route d'Arlon 24 - 8210 Mamer - Tél. 31 85 63
- GARAGE REITER-HOSINGEN - Op Der Hei 6 - 9809 Hosingen - Tél. 92 13 09
- GARAGE SCHUMMER FRÈRES - Rue d'Ettelbrück - 7590 Beringen - Tél. 32 03 29
- GARAGE MACK - Rue de la Gare 65 - 6440 Echternach - Tél. 72 82 32
- GARAGE LUTGEN - Route de Winseler 10 - 9577 Wiltz - Tél. 95 74 83

GARAGE KAUFMANN

Route de Luxembourg 240 - 3515 Dudelange - Tél. 51 82 82

GARAGE WERNER ESCH

Rue du Brill 28 - 3898 Foetz - Tél. 55 20 30-1

- LUX-GARAGE - Route de Tetange 70 B - 3672 Kayl - Tél. 56 76 80

Nouveau site web pour la Luxembourg School for Commerce (LSC): meilleure accessibilité et nouvelles fonctionnalités



Un peu moins d'un an après le lancement officiel de la Luxembourg School for Commerce (LSC), son nouveau site web est en ligne. Afin de satisfaire au mieux aux besoins de ses nombreux clients et de leur faciliter la navigation, la LSC a développé et restructuré son site. Non

seulement le layout a été optimisé, mais les différentes fonctionnalités ont aussi été améliorées: un nouvel outil de recherche des formations est désormais accessible, de nouveaux médias ont été intégrés et plus d'informations sont dès lors disponibles.

Les objectifs de la restructuration du site étaient clairs: faciliter l'accès aux différentes informations, accroître la visibilité des services proposés par la LSC, offrir un site flexible avec de nombreuses possibilités de navigation tout en respectant la structure de la LSC et de ses trois piliers de formation qui sont la formation professionnelle initiale (apprentissage), la formation professionnelle continue et la formation universitaire.

C'est surtout la recherche des formations du pilier «Formation professionnelle continue» qui a été optimisée; en

un seul clic l'utilisateur reçoit une vue d'ensemble des programmes de formation proposés par la LSC.

Au niveau de la formation professionnelle initiale (apprentissage), la structuration des informations a été développée. Toute personne intéressée, (futur) patron ou (futur) apprenti, y retrouve toutes les informations pratiques sur l'apprentissage.

La newsletter a également été revalorisée. Les dernières nouvelles de la LSC, particulièrement sur la formation continue et sur l'offre de formations, sont désormais envoyées dans une cadence bi-mensuelle aux personnes qui se sont inscrites via le site web www.lsc.lu. Venez vite le découvrir.

LSC – Formation logistique

Remise des certificats aux participants de la formation «Déclarant en douane»



Cette formation a été élaborée par la Luxembourg School for Commerce (LSC) en étroite coopération avec l'Administration des Douanes et des Accises. Elle a comme objectif de familiariser les participants avec les déclarations en douane que ce soit pour l'exportation, le transit ou l'importation de marchandises en provenance et à destination de pays tiers à l'Union européenne.

La formation a traité aussi bien les bases légales des procédures douanières que les applications pratiques, y compris l'établissement de déclarations électroniques via le système «Paperless Douanes et Accises» (PLDA).

Lors des dernières sessions, 23 personnes ont passé avec succès les épreuves des cours. Il s'agit de: Christian Bucci, Laurent Clement, Laura Clempuy, Andy Dohm, Joël Fernandes da Costa, Crytèle Fuzewski, Emmanuel Gestin, Hervé Graff, Filipa Grancho,

Le vendredi 2 juillet 2010 a eu lieu dans les locaux de la Chambre de Commerce la

remise des certificats de réussite aux participants à la formation «Déclarant en douane».

Régis Grevin, Patrick Hemmen, Gaby Hoffmann, Laurent Majerus, Carole Malischewski, Romuald Metty, Valérie Millet, Stéphane Piron, Steve Poli, Luigi Rosselli, Mélanie Schneider, Angélique

Sterzenbach, Nicolas Urien et Tommy Wagener.

Les connaissances acquises permettront aux participants de mieux comprendre les formalités douanières effec-

tuées régulièrement aussi bien par les employés des entreprises qui sont actives dans le commerce international que par ceux des agences de douane. ■

Pour tout renseignement au sujet de cette formation, vous pouvez contacter la Luxembourg School for Commerce

Personne de contact: Jean Junck

Tél.: (+352) 42 39 39-224 – E-mail: jean.junck@lsc.lu – www.lsc.lu

LSC – Formation pour guides touristiques

43 lauréats certifiés guides touristiques régionaux

Le jeudi 8 juillet, l'Office Régional du Tourisme des Ardennes Luxembourgeoises, en étroite collaboration avec l'Office Régional du Tourisme du Mullerthal – Petite Suisse luxembourgeoise, la Luxembourg School for Commerce, le ministère du Tourisme et des Classes moyennes, le ministère de la Culture et l'Office National du Tourisme, ont organisé une remise de certificats de réussite pour guides touristiques régionaux. 43 lauréats ont reçu leurs certificats des mains de la ministre du Tourisme et des Classes moyennes, Françoise Hetto-Gaasch. Les présidents des différents Offices du Tourisme ont aussi assisté à cette remise.

Cette formation pour guides touristiques régionaux a été organisée en vue de développer les structures touristiques régionales. Les 43 futurs guides ont ainsi reçu leur attestation de réussite à l'examen de la première phase de leur formation.

La formation s'est déroulée du 6 au 30 avril 2010 et a été suivie par près de 60 candidats. Les cours ont été organisés dans les locaux de la Chambre de Commerce à Luxembourg.

Cette initiative a été orchestrée par l'Office Régional du Tourisme des Ardennes Luxembourgeoises dans le cadre de son Masterplan pour l'année 2010, visant à la professionnalisation des structures touristiques et à l'harmonisation de la qualité de l'offre aux visiteurs.

Pour compléter ce cursus, des formations au niveau régional suivront dans les prochains mois. Il s'agira d'une série de séances d'instructions sur le cadre



régional ainsi que sur différents sites touristiques régionaux.

Vu le nombre important de candidatures reçues pour ce nouveau programme de professionnalisation dans le domaine du tourisme, les responsables de la Chambre de Commerce ont décidé, en commun accord avec les autorités compétentes, d'inclure ces cours dans le programme de formation de la «Luxembourg School for Commerce (LSC)». Sur cette base, les institutions touristiques nationales et régio-

nales espèrent voir le nombre de leurs guides certifiés en constante augmentation dans les prochaines années et par ce biais, une augmentation de la qualité de service aux clients.

Au sein de l'offre de formation de la LSC, cette nouvelle formation ouvre un nouveau domaine «Tourisme» qui fait partie du volet «formations sectorielles» du programme de formation «LSC Progress». ■

Pour de plus amples renseignements, vous pouvez contacter la
Luxembourg School for Commerce

Tél.: (+352) 42 39 39-220 – E-mail: info@lsc.lu – www.lsc.lu

Remise des diplômes et certificats aux lauréats de la formation en droit fiscal luxembourgeois



La remise des diplômes aux lauréats de la formation en droit fiscal luxembourgeois, organisée en collaboration avec la Société de Comptabilité a eu lieu le vendredi 9 juillet dans les locaux de la Chambre de Commerce. Cette formation, organisée par la Luxembourg School for Commerce (LSC) en collaboration avec la Société de Comptabilité a pour objectif de mettre en œuvre les principes fondamentaux du droit fiscal luxembourgeois. La formation est divisée en deux cycles: le cycle A traite de la fiscalité des ménages tandis que le deuxième cycle aborde la fiscalité des entreprises.

Un diplôme, délivré par le ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle est décerné aux détenteurs des certificats des 2 cycles A et B tandis que les participants qui n'ont suivi qu'un des deux cycles se voient remettre un certificat sous l'autorité du ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle.

Pour cette promotion, 211 participants s'étaient inscrits au cycle A tandis que 212 participants étaient inscrits pour le cycle B.

Cycle A

- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «très bien»** sont: Jakob Breuer; Clémence Colson; Séverine Deurieu; Marie Charlotte Lily; Freiin Von Gaisberg Schöckingen; Xavier Kevers; Imke Meyer-Clasen; François-Paul Patin; Elodie Stoffen; Quentin Warscotte;
- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «très bien»** sont: Anthony Graca; Ben Jungers; Daniel Rech; Christina Voigt;
- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «bien»** sont: Cynthia Adoua; Marie Audrain; Sophie Barakowsky; Sophie Birlenbach; Karen Cabantous; Amelberga De Ryck; Thierry Dessauger; Antoine Dupuis; Benjamin Garçon; Laetitia Garsou; Gaël Hanon; Jean-Michel Henry; Boris Lemiegre; Damien L'Hoste; Teresa Mongelli; Jean Kizito Nshimiyimana; Maria Pettersson; Bénédicte Roblain;

Peter Sonkes;

Albin Gergely Szatmári; Linda Taing; Mihail Tasci; Koenraad Van Der Haegen; Alexandre Vanhee; Jérôme Vanswevelt; Karin Wagener;

- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «bien»** sont: Najat Akodad; Dorothée Becker; Virginie Capelle; Raphaël Cornet; Hélène Crepin; Philippe Del'Guercio; Marie Demaret-Gerard; Sébastien Denis; Mikaël Garcia; Raphaël Havrenne; Roland Kuehn; Linda Lanners; Stephanie Leonard; Caroline Marcou; Nadine Marso; Paul Potocki; Stéphane Robert; Lilia Nawal Samai; Fabrice Schott; Patrick Schrouben; Tiziano Sigismondi; Jean Martin Stoffel; Nicolas Tomasetig; Jérôme Van Loo; Stéphanie Viot; Patrick Wittenstein; Sabrina Wolff;
- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «assez bien»** sont: Noémie Chiche; Séverine Froidefond; Yasemin Karaduman ép./Bulut; Dimitri Klaessens; Aida Kulenovic; Peter Lieser; Christian Mertesdorf; Marc Meurant; Jonathan Norman; Pierre-Jean Oger; Sébastien Philippi; Stéphanie Salin; Dido Shadie;
- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «assez bien»** sont: Benjamin Brugerolle; Kevin Cassone; Cindy Da Cruz Andre; Soizic Geury; Sebastien Lagneau; Fabio Lino; Manh Mok Si; Mauro Morim Monteiro; Maria Papadakis; Delphine Pelletier; Julien Peters; Peter Ratz; Raphael Rausch; Cliff Schwarz; Gilles Vogel;
- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «avec succès»** sont: Nikolina Apostolova; Aissatou Bathily;

Arnaud Bihain; Nicolas Blond; Gaëlle Egu; Sarah Hartmann; Anne Henry; Carine Hostens ép/Gerelli; Christine Jarniac; Sarah Khan; Petra Kovacikova; Linh Ky Tu; Henri Ost Duchateau; Johannes Renkes; Christoph Ridder; Marc Schumacher; Tr Anthony emblier; Magali Zehren;

- Les lauréats du cycle A ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «avec succès»** sont: Heloise Bailleux; Eric Cayrel; Micaël Chomarar; Mario Lino Correia Caçador; Pierre Denis; Virginie Derains; Vanessa Diani; Karin Finne; Salvatore Giammalva; Céline Graas; Louise Lauwerier; Maria-Anna Nonweiler; Morad Oubouhcine; David Schaefer; Evelyne Schoeser; Damien Sergent; John Symons; Carmen Willems; Mahmut Yokus; Stevie Zens.

Cycle B

- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «très bien»** sont: Vanessa Vandaele; Julia Veiders;
- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «très bien»** sont: Pierre Frisch; Nicolas Rosseeuw; Laureen Tardy;
- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «bien»** sont: Claire Alexandre; Damien Brunet; Mathieu Brunet; Aline Clause; Pauline Dadeau; Sabriye Ilkay; Delphine Lacave; Christelle Larcher; Stéphanie La-Thien; Alain Marcel; Olivier Mathot; Christophe Mauviere; Christine Monfort; Kim Ngo; Ewa Paszkowska; Laure Paul; Bertrand Pradalier; Claire Sacre; Giovanna Scarfo; Cécile Sevrain; Sofie Vandendriessche; Clément Vidal; Manuel Willems;
- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «bien»** sont: Elodie Briquet; Christiane Classen; Etienne Cuquemelle; Diego De Radigues; Evelyn Domagalski; Maxime Donneau; Audrey Duchenne; Sara Gerardi; Mariann Godo Reka; Jean-Marc Krawiec; Camill Le Boudier; Cédric Limbree; Frédé-

ric Mosele; Alexander Steinmetz; Gudrun Vandamme;

- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «assez bien»** sont: Jalila Bakkali; Emmanuel Becret; Anne Brulé; Alain Buttignol; Aylin Cam; Martin Chassany; Benjamin Chocat; Marc Durand; Elodie Girault; Christian Kurzweil; Kheira Mebrek; Anne Mougeolle; Henri Slachmuylders; Gilles Truong;
- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «assez bien»** sont: Aigul Asfarova; Jean-Bertrand Chibert; Minh Trang Dang; Arnaud Groven; John Lhoest;
- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **diplôme** avec la **mention «avec succès»** sont:

Britta Fassian; Chloé Gaubert; Gaëtan Grein; Anissa Hammar ép/Pethe; Cédric Herbecq; Julie Lognoul; Tanja Ludes; Vincent Martin; Cédric Martinet; Samuel Murias; Anne Selbert; Pierre-Jean Wallon; Wei Zhang;

- Les lauréats du cycle B ayant obtenu leur **certificat** avec la **mention «avec succès»** sont: Soraya Amamou; Maria Teresa Battaglia; Delphine Danhoui; Frédéric Docq; Thibaut Dubois; Claire Guyard; Dimitri Hubin; Ibrahim Jabri; Diane Lefebvre; Pierre-Henry Oger; Christoph Rauber; Constanze Reckmann; Joe Wollmering.

Les prochaines sessions de formation en droit fiscal débuteront en septembre 2010. ■

Pour tout renseignement concernant cette formation, prière de contacter la LSC – E-mail: info@lsc.lu – www.lsc.lu ou la Société de Comptabilité – 23, rue de Soleuvre – L-4670 Differdange – Tél.: (+352) 621 231 459 (matin) – E-mail: scl.kerschen_christiane@pt.lu



Let's go for innovation!

Material design | Bulk and surface engineering | Performance design | Material modelling

Discover our projects, our competencies and our dedicated team on www.ams.tudor.lu

CERTIFICATION ISO/CEI 17025
Tests and calibration activities

CENTRE DE RECHERCHE PUBLIC
HENRI TUDOR
www.tudor.lu

Remise des certificats de réussite du programme «LSC Entrepreneurship»



Le jeudi 15 juillet 2010, la Luxembourg School for Commerce (LSC) a organisé sa remise des certificats de réussite des formations donnant accès aux professions de cafetiers, de commerçants, de transporteurs de marchandises et de voyageurs par route ainsi qu'aux professions de l'immobilier. A cette occasion, 318 lauréats ont été honorés en présence de Monsieur Jeannot Krecké, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur.

La Luxembourg School for Commerce, l'organisme de formation de la Chambre de Commerce, regroupe au sein de son programme de formation «LSC Entrepreneurship» toutes les formations qui donnent accès aux professions de cafetiers, de commerçants, de transporteurs de marchandises et de voyageurs par route ainsi qu'aux professions de l'immobilier.

Dans le cadre légal de l'accès à ces professions, la LSC offre des formations accélérées menant aux qualifications professionnelles requises par le droit d'établissement. Les cours pour futurs

commerçants, cafetiers, transporteurs et professionnels de l'immobilier permettent aux candidats de s'initier à la gestion d'entreprise. A côté des techniques de financement, de marketing, des ressources humaines, du droit du travail ainsi que de la fiscalité, le participant apprend à connaître les spécificités de sa profession.

Lors des dernières sessions, 31 personnes ont passé avec succès les épreuves des cours pour cafetiers, 60 personnes celles des cours pour transporteurs, 227 celles des cours pour commerçants. Parmi ces derniers, 72 étaient lauréats pour les professions de l'immobilier.

Les lauréats ont reçu leurs certificats des mains de Jeannot Krecké, ministre de l'Economie et du Commerce exté-

rieur et de Paul Emering, directeur de la LSC.

Lors de son allocution de bienvenue, Paul Emering a félicité les lauréats pour leur engagement et leur démarche proactive de suivre une formation continue. Il a mis en avant l'importance de la formation professionnelle continue pour le développement du capital humain.

Jeannot Krecké, de son côté, a précisé que les petites et moyennes entreprises jouent un rôle indispensable pour le développement de l'économie luxembourgeoise. C'est pourquoi il s'est félicité des efforts fournis par les lauréats et il espère qu'un grand nombre va se lancer dans l'entrepreneuriat. Rappelons que ces cours auront lieu à nouveau au deuxième semestre 2010. ■

Les personnes intéressées peuvent commander un catalogue de formation auprès de la Luxembourg School for Commerce (LSC)
Tél.: (+352) 42 39 39-220 – E-mail: info@lsc.lu – www.lsc.lu



**LIVRE DES IMPÔTS
LUXEMBOURGEOIS**

(éd. 2010)
Prix : 150 € TTC
Frais de port : 5 €

**CODE
LUXEMBOURGEOIS
DU TRAVAIL**

(éd. 2010)
Prix : 89 € TTC
Frais de port : 5 €

FRAIS DE PORT OFFERTS
pour toute commande par mail
avant le 15 octobre 2010

EN VENTE :

- par courriel
à clients@legitech.lu
- dans toutes
les (bonnes) librairies.

Fiscalité, droit du travail, droit des sociétés... Et si le droit devenait clair ?

À partir de
700 €
h.t. par an
805 € ttc

**Une information juridique
complète sur Internet !**

Fiscalité

LEGITAX by legitech
www.legitax.lu

Droit du travail

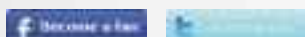
LEGIWORK by legitech
www.legiwork.lu

Droit des sociétés

LEGICORP by legitech
www.legicorp.lu

Editeur juridique luxembourgeois de référence, **Legitech** donne accès à l'ensemble des textes en vigueur en matière de droit social, de fiscalité et de droit des sociétés. Sur le Web, les bases de données **LEGIWORK**, **LEGITAX** et **LEGICORP** sont conçues pour faciliter la recherche et l'utilisation des textes. Le Code du travail et Le Livre des impôts fournissent chaque année un état complet et mis à jour de la réglementation.

LEGITAX, **LEGICORP** et *Le Livre des impôts* sont réalisés en partenariat avec le cabinet Loyens & Loeff. **LEGIWORK** et *Le Code du travail* sont réalisés en partenariat avec le cabinet Castegnaro.



www.legitech.lu

legitech

Séance d'information DAP – conseiller en vente

Nouveau cours intitulé «Connaissance de base des produits»



Dans le cadre de la loi du 19 décembre 2008 portant réforme de la formation professionnelle, la formation DAP – conseiller en vente débutera lors de la rentrée scolaire 2010/2011. Dans un souci de constante amélioration de la formation, la Luxembourg School for Commerce (LSC), en collaboration avec la clc, souhaite organiser des cours de «connaissance de base des produits», permettant aux apprentis de mieux se qualifier dans la spécialisation qu'ils ont choisie.

Afin de pouvoir offrir ces cours, la LSC et la clc ont organisé le 28 juillet 2010 une séance d'information destinée aux experts, souhaitant définir le programme, ainsi qu'à des formateurs potentiels, intéressés à enseigner la «connaissance de base des produits» dans leur spécialisation respective.

Paul Emering, directeur de la LSC, a souhaité la bienvenue aux invités et

les a remerciés d'avoir accepté l'invitation de la LSC.

Nic Alff, directeur de la formation professionnelle au ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle, a présenté la réforme de la formation professionnelle aux experts en leur expliquant les changements que la réforme engendra pour les entreprises concernées.

Par la suite, Paul Emering a détaillé les missions des experts et formateurs potentiels en précisant que chacun est libre de s'investir dans le domaine qui lui convient le mieux.

Les missions des intervenants externes à accomplir dans le cadre de la formation menant au DAP «conseiller en vente» sont les suivantes:

- définir la forme et le contenu de la formation à dispenser dans le cadre d'un domaine spécifique de produits (en collaboration avec les fédérations concernées, le cas échéant – et en lien avec les représentants de la Chambre de Commerce au sein de l'équipe curriculaire);
- élaborer les supports de cours respectifs (apprentis) ainsi que le programme de formation pratique (formateur – en entreprise) en langue française et allemande (en collaboration avec les représentants de la Chambre de Commerce au sein de l'équipe curriculaire);
- définir une grille d'évaluation avec indicateurs des compétences à acquérir (en collaboration avec les représentants de la Chambre de Commerce au sein de l'équipe curriculaire);
- assurer et dispenser les cours de formation en langue française et allemande.

A la fin de la séance, Paul Emering, Nic Alff et Roger Thoss ont fourni des explications supplémentaires aux participants. La séance d'information s'est clôturée par un vin d'honneur.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter:
Iris Hoffelt – Tél.: (+352) 42 39 39-276 – E-mail: iris.hoffelt@lsc.lu

LSC – nouvelle formation en marketing

Marketing Master Class: La démarche du marketing au service du développement de votre entreprise!

La Luxembourg School for Commerce (LSC), en étroite coopération avec HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège, lancera à partir du vendredi 8 octobre 2010 une nouvelle formation qui aborde l'en-

semble de la démarche marketing dans une optique d'apprentissage à la prise de décision.

La «Marketing Master Class» fournira aux participants un kit d'outils pratiques permettant aux décideurs en

entreprise de se poser, à la fois dans les domaines stratégique et opérationnel, des questions pertinentes à utiliser dans la gestion quotidienne de l'entreprise.

La pédagogie est essentiellement basée sur la présentation de cas prati-

ques complétée par des exposés structurants et des échanges de «best practices» entre participants et animateurs. Les cas pratiques porteront sur divers secteurs d'activité (industrie, services, distribution, ...) et illustreront, chacun avec ses spécificités, un ou plusieurs aspects de la démarche de marketing.

- La formation s'adresse aux:
- dirigeants de PME/PMI avec une expérience significative dans la gestion de leur entreprise;
 - managers ayant au moins 3 ans d'expérience professionnelle sou-

haitant donner un essor à leur carrière en exerçant des responsabilités élargies;

- cadres en marketing désirant élargir le scope de leurs connaissances et profiter des «bonnes pratiques» développées dans d'autres secteurs d'activité;
- dirigeants et cadres d'agences en communication.

La formation «Marketing Master Class» est donnée en français, mais une connaissance passive de l'anglais est souhaitable. Les frais d'inscrip-

tion pour cette formation s'élèvent à 950 €, supports de cours et déjeuners compris. Les sessions se dérouleront au Centre de Formation de la Chambre de Commerce.

Le programme est composé de 8 séances:

Séance	Intitulé	Date	Jour	Horaire
Séance 1	Présentation du programme et des modalités pratiques	08/10/2010	Vendredi	18.00 – 20.00 h
	Les fondements du marketing stratégique	09/10/2010	Samedi	09.00 – 12.00 h
Séance 2	Préparation du cas pratique N° 1	19/10/2010	Mardi	18.00 – 20.30 h
	Débriefing du cas N° 1 et «best practices»	23/10/2010	Samedi	09.00 – 13.00 h
Séance 3	Préparation du cas pratique N° 2	09/11/2010	Mardi	18.00 – 20.30 h
	Débriefing du cas N° 2 et «best practices»	13/11/2010	Samedi	09.00 – 12.30 h
Séance 4	Préparation du cas pratique N° 3	23/11/2010	Mardi	18.00 – 20.30 h
	Débriefing du cas N° 3 et «best practices»	27/11/2010	Samedi	09.00 – 12.30 h
Séance 5	Préparation du cas pratique N° 4	07/12/2010	Mardi	18.00 – 20.30 h
	Débriefing du cas N° 4 et «best practices»	11/12/2010	Samedi	09.00 – 12.30 h
Séance 6	Préparation du cas pratique N° 5	04/01/2011	Mardi	18.00 – 20.30 h
	Débriefing du cas N° 5 et «best practices»	08/01/2011	Samedi	09.00 – 12.30 h
Séance 7	Préparation du cas pratique N° 6	18/01/2011	Mardi	18.00 – 20.30 h
	Débriefing du cas N° 6 et «best practices»	22/01/2011	Samedi	09.00 – 12.30 h
Séance 8	Comment utiliser les acquis du Marketing Master Class	11/02/2011	Vendredi	18.00 – 20.00 h
	L'excellence opérationnelle au service de la stratégie marketing	12/02/2011	Samedi	09.00 – 12.00 h

Pour de plus amples renseignements, nous restons à votre entière disposition:

Luxembourg School for Commerce – Personne de contact: Muriel Morbé

7, rue Alcide de Gasperi – Luxembourg-Kirchberg

Tél.: (+352) 42 39 39-235 – E-mail: muriel.morbe@lsc.lu

Les inscriptions peuvent aussi se faire via www.lsc.lu (Actualités)

LSC – Formation en Leadership

6^e session de la formation «Leadership & techniques managériales»

La Luxembourg School for Commerce (LSC) organisera à partir du jeudi 7 octobre 2010 la 6^e session de la formation «Leadership et techniques managériales».

Pour la mise en œuvre de cette formation certifiante, la LSC a choisi de coopérer une nouvelle fois avec ICN Business School, Ecole de Management française de renommée cultivant l'excellence et bénéficiant d'une expertise confirmée en matière de gestion d'entreprise. Ce partenariat réussi se traduit par un succès croissant que connaît cette formation depuis son lancement en 2005.

La coordination pédagogique de la formation «Leadership et techniques managériales» est assurée par Christiane Neihouser, professeur assistant à ICN Business School où elle enseigne le management des ressources humaines/compétences. Elle est psychologue, pratique la programmation neuro-linguistique et est certifiée «Indicateur de type Myers-Briggs». Par ailleurs, le programme prévoit l'intervention d'experts hautement qualifiés tels que Mohamed Bayad, directeur de l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE) de Nancy, et Guy Deloffre, professeur à ICN Business School.

La formation s'adresse à des dirigeants d'entreprise, cadres dirigeants, chefs de département ainsi qu'à des chefs de service. Elle a comme objectif de développer les compétences opérationnelles, relationnelles, instrumentales et stratégiques nécessaires pour assurer le rôle de leader, d'encadrer avec assurance une équipe ou d'accompagner les projets de changement.

Etant donné qu'un management efficace exige une bonne connaissance de soi, la formation «Leadership et techniques managériales» comporte un volet de coaching important visant le développement de l'identité managériale du candidat. Au-delà de l'acquisition du seul savoir, la formation vise donc à améliorer le savoir-faire et le savoir-être des participants.



Le programme est composé de 4 modules:

	Intitulé	Durée
Module 1	Le manager dans le contexte de son entreprise	07 et 08/10/2010
Module 2	Leadership et encadrement d'une équipe	22 et 23/10/2010
Module 3	Management opérationnel: entretien et conduite de réunion	18 et 19/11/2010
Module 4	Gestion du changement	20 et 21/01/2011

La réussite au contrôle des connaissances et compétences acquises lors de la formation est sanctionnée par un «Certificat de Compétence Professionnelle (CPP)» émis par les deux partenaires, à savoir la LSC et ICN Business School.

Le droit d'inscription pour cette formation s'élève à 2.350 €, supports de cours, déjeuners et coaching collectif et individualisé compris. Elle aura lieu au Centre de Formation de la

Chambre de Commerce (Luxembourg-Kirchberg).

Pour des raisons de dynamique de groupe, le candidat doit suivre l'entièreté du cycle.

Le nombre de places disponibles étant limité, nous vous saurions gré de bien vouloir effectuer votre (vos) inscription(s) jusqu'au vendredi 1^{er} octobre 2010.

Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter:

Luxembourg School for Commerce (LSC)

Personne de contact: Mme Sylvia Ridgesprige

Tél.: (+352) 42 39 39-234 – Fax: (+352) 42 39 39-820

E-mail: sylvia.ridgesprige@lsc.lu – www.lsc.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

Nouveau MBA

Welch MBA: le nouveau master proposé par Sacred Heart University, enseigné selon une approche projet



Sacred Sacred Heart University, et plus précisément le John F. Welch College of Business, lance dès cette rentrée 2010 son nouveau Master of Business Administration. Depuis son année d'établissement au Luxembourg en 1991, Sacred Heart University offrait une formation MBA et plusieurs Certificats Professionnels (Global Investments, Corporate Finance et Leadership). En 2009, Luxembourg School for Commerce (LSC) et l'Université américaine ajoutaient à ces programmes existants le Certificat Modern Business Management. Ce dernier offre la possibilité aux étudiants de développer et d'approfondir d'une manière pratique et pertinente

les compétences en management ainsi qu'à éditer des rapports de contrôles et de performance.

La plus récente formation est donc le nouveau Welch MBA, remplaçant ainsi l'ancien MBA. Le contenu de ce programme et la façon dont il est enseigné, reflètent les récents changements et nouveaux challenges du monde économique actuel. A la place de se contenter d'apprendre une matière spécifique comme le marketing, la finance ou les ressources humaines, les étudiants découvriront la «*project based approach*». Les matières seront ainsi abordées différemment et notamment autour de projets avec systématiquement l'aide de professeurs internationaux et des managers recon-

nus dans leurs domaines. Afin d'enrichir également le programme, les étudiants auront la possibilité de participer à plusieurs voyages d'études, en Asie ou sur le campus principal de Sacred Heart University, à Fairfield, Connecticut, USA.

Respectant le planning professionnel des participants, le Welch MBA permet à ses étudiants de pouvoir adapter son contenu au regard des objectifs de carrière de chacun.

Ce Welch MBA, accessible à toutes personnes ayant un niveau «*Bachelor*», s'étale sur une période de 18 mois; les cours étant dispensés dans les locaux de Chambre de Commerce, en soirée de 18h30 à 21h30, ce programme est idéal pour les professionnels actifs. Son coût est de 17.500 euros et bénéficie en outre du programme d'aide financière proposée par le ministère de l'Education Supérieure (www.cedies.lu).

Conférence de la Sacred Heart University

Ethique et économie



(de g. à d.) Neil Bearden, Marc Hoffmann, Cynthia Stroum, Pierre Gramegna et Stephen Brown lors de la conférence sur l'Ethique

Le 1^{er} juillet dernier s'est déroulée une conférence-débat sur le thème de l'Ethique. Co-organisée par la Chambre de Commerce et Sacred Heart University, cette confé-

rence a rencontré un beau succès rassemblant une centaine de personnes. Plusieurs orateurs se sont succédé dont le président de l'Université du Luxembourg, Rolf Tarrach, le Président et

l'ancien doyen de Sacred Heart University, respectivement le Dr. Cernera et le Dr. Brown, ainsi que le Dr. Bearden, professeur d'Insead Singapour.

Parmi les participants à la table ronde, Pierre Gramegna, directeur de la Chambre de Commerce, Cynthia Stroum, ambassadrice des Etats-Unis à Luxembourg, Dr. Marc Hoffmann, CEO de Compagnie de Banque Privée ont notamment répondu aux nombreuses questions du public.

L'interactivité de cette conférence, grâce notamment à un système de vote disponible pour les participants, a mis en lumière la complexité de perception de la valeur éthique. A titre d'exemple, une question a bien illustré cette complexité. Pour un cas précis, le public s'est vu proposé deux réponses. Dans la situation où un conseiller financier a

des doutes sur la rentabilité d'un produit dont il fait la promotion à son client, le public a voté pour un comportement non-éthique à 67 % lorsque le client

perd de l'argent mais ce même public vote à 50 % pour une attitude éthique dans le cas où le client se retrouve gagnant. De quoi alimenter le débat.

A noter, les prochaines portes ouvertes: le jeudi 7 octobre 2010.

Pour tout renseignement concernant les formations et événements à venir, contactez Antoine Rech, Development Manager – Tél.: (+352) 22-76-13-31 – E-mail: arech@shu.lu – ou visitez www.shu.lu

KODE/KODEX Verfahrenssystem zur Kompetenzermittlung

Kompetenzanalyse und -entwicklung luxemburgischer Arbeitnehmer

Im Kontext der Diskussion über die Wettbewerbsfähigkeit Luxemburgs wird immer wieder darauf hingewiesen, dass das Kompetenzniveau der luxemburgischen Arbeitnehmer verbessert werden soll. Hierzu muss ermittelt werden, inwieweit bereits bestehende Initialausbildungen zu verbessern sind und inwieweit zusätzliche Weiterbildungsprogramme neu zu konzipieren sind. Vor allem im Hinblick auf die derzeitige Lage auf dem Arbeitsmarkt muss gewährleistet werden können, dass Arbeitslose die Möglichkeit einer Wiedereinstellung bzw. einer beruflichen Umorientierung haben.

Im Rahmen des zweiten „Observatoires des Compétences“, ein vom Europäischen Sozialfonds geförderter Gemeinschaftsprojekt des „Institut Universitaire International Luxembourg (IUIL)“, der „Luxembourg School for Commerce (LSC)“, der „Entente des Hôpitaux Luxembourg (EHL)“, der „Association des Médecins et Médecins-Dentistes (AMMD)“ und des „Ordre des avocats – le barreau“, sollen anhand eines Benchmarks die notwendigen Kompetenzen der Arbeitnehmer für „heute“ und „morgen“ innerhalb der Wirtschaftssektoren ‚Logistik, Gesundheitswesen, Administration und Rechtswesen‘ identifiziert werden. Auf Basis der Ergebnisse soll die Initialausbildung positiv beeinflusst und es sollen neue Weiterbildungsprogramme entwickelt werden, die die jeweiligen Kompetenzen vermitteln.

In den zurückliegenden Jahren wurden im europäischen Raum verschiedene Verfahrenssysteme zur Kompe-

tenzermittlung entwickelt. Eines dieser Systeme, das System KODE/KODEX, wurde am 22. und 23. Juli 2010 von Prof. Dr. Volker Heyse in den Räumlichkeiten des IUIL auf Schloss Munsbach präsentiert. Im Rahmen von vier Workshops wurde diskutiert, wie die Verfahrenssysteme in den einzelnen Wirtschaftssektoren in Luxemburg Anwendung finden könnten.

Anwesend waren unter anderem Vertreter der „Luxembourg School for Commerce (LSC)“, der „Confédération luxembourgeoise du commerce“ (clc), des „Institut national d'administration publique (INAP)“, des „Institut de formation bancaire (IFBL)“, der „Entente des Hôpitaux Luxembourg (EHL)“, etc.

KODE ist die Abkürzung für Kompetenz-Diagnostik und Entwicklung. Es handelt sich um ein Verfahrenssystem mit verschiedenen Kompetenzermittlungs- und Entwicklungstools. Letztere sind Grundlage für moderne Selbsttrainings, für Coaching und Mentoring. KODE® ist auf Kompetenzentwicklung und nicht nur auf Kompetenzfeststellung ausgerichtet. Die Auswertung besteht aus einer differenzierten Betrachtung der vier menschlichen Grundkompetenzen: der personalen Kompetenz, der Aktivitäts- und Handlungskompetenz, der fachlich-methodischen Kompetenz sowie der sozial-kommunikativen Kompetenz. KODE®X, der Kompetenzexplorer dient der Erkundung von unternehmensstrategischen Kompetenzanforderungsprofilen, von anforderungs- bzw. aufgabenspezifischen Kompetenz-Sollprofilen



Im Rahmen des zweiten „Observatoires des Compétences“ sollen anhand eines Benchmarks die notwendigen Kompetenzen der Arbeitnehmer für „heute“ und „morgen“ identifiziert werden. Auf Basis der Ergebnisse sollen neue Weiterbildungsprogramme entwickelt werden

sowie von Kompetenzpotenzialen der Mitarbeiter und Führungskräfte.

Appel à candidatures

Participez au projet dayCARE et contribuez à un meilleur avenir pour les jeunes au Luxembourg et en Afrique



© Tim Freccia/CARE

Découvrir des jeunes talents et des collaborateurs qualifiés, faire connaître ses métiers et véhiculer l'image d'entreprise citoyenne auprès du grand public: voilà est l'objectif principal de la campagne dayCARE qui est réalisée avec le soutien du ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle.

Dans le cadre du projet dayCARE, des élèves, des établissements scolaires et des entreprises s'engagent avec l'organisation humanitaire CARE pendant une journée en unissant leurs efforts pour atteindre un but commun: contribuer efficacement à un meilleur avenir pour les jeunes au Luxembourg et en Afrique.

■ Déroulement du projet

Pendant le dayCARE, les établissements scolaires dispensent de leur obligation scolaire pendant une journée les élèves participants pour leur donner la

possibilité de visiter l'entreprise de leur choix. Pendant cette journée de stage, les élèves peuvent se faire une idée précise des différentes professions et fonctions existantes au sein des sociétés participantes.

De leur côté, les entreprises accueillent un certain nombre d'élèves qui peuvent

ainsi se familiariser avec la réalité de la vie professionnelle. Chaque entreprise décide du nombre de stagiaires qu'elle souhaite accueillir et choisit parmi ses salariés les personnes de référence qui les accompagneront et les assisteront pendant leur stage. En même temps, et si l'entreprise le souhaite, des représentants de la société peuvent visiter l'établissement scolaire et présenter la pratique de leur métier.

■ Projet local pour une action globale

En s'engageant pour le dayCARE et en proposant des offres de stage aux élèves, l'entreprise participe à la fois à un projet local avec des élèves au Luxembourg et à une action globale pour permettre aux jeunes défavorisés en Afrique de prendre leur avenir en main. En effet, pour soutenir l'initiative et ainsi soutenir la formation professionnelle des jeunes réfugiés du camp de Daadab, le plus grand d'Afrique situé au Kenya, les entreprises intervenantes au dayCARE font un don correspondant au salaire des employés qui visitent les écoles ou bien un don du montant qui correspond aux heures prestées par les élèves.

Ce partenariat tripartite permet aux écoles, aux entreprises et à CARE d'établir des relations réciproques pour un objectif commun majeur: donner une perspective d'avenir à la formation professionnelle en Afrique et au Luxembourg.

Pour en savoir plus sur le déroulement du dayCARE ou consulter les offres disponibles actuellement dans la bourse de stages, visitez le site www.daycare.lu ou contactez: CARE in Luxembourg a.s.b.l. 43, Bd. du Prince Henri – L-1724 Luxembourg
Tél.: (+352) 26 20 30 60 – Fax: (+352) 26 20 30 91 – E-mail: info-lux@care.lu

Les salariés suivent, en moyenne, plus de 3 formations par an

Tous secteurs confondus, les salariés ont, en moyenne, suivi 3,5 formations en 2007 et la durée moyenne d'une session de formation était de 9 heures. Ces valeurs varient d'un secteur d'activité à l'autre:

- Dans le secteur «Immobilier, location et services aux entreprises» les salariés ont suivi une moyenne de 5 formations au cours de l'année 2007, alors que dans le secteur «Services collectifs, sociaux et personnels» la moyenne était de 1,6 formation.
- La durée moyenne des sessions de formation passe d'une demi-journée dans le secteur «Hôtels et restaurants» à 2 jours pour le secteur «Services collectifs, sociaux et personnels».

Le nombre de participations semble être inversement proportionnel à la durée des sessions de formation:

- Dans les secteurs d'activité où les salariés ont suivi le plus grand nombre de formations, les durées des ses-

sions faisaient partie des plus courtes. Ceci est vérifié en particulier dans le secteur «Immobilier, location et services aux entreprises» où les salariés ont en moyenne participé à 5 formations dont la durée moyenne était de 8 h;

- A contrario, dans les secteurs où les salariés ont le moins suivi de formations, celles-ci étaient de plus longue durée. Les salariés des secteurs «Services collectifs, sociaux et per-

sonnels» et «Construction» ont suivi respectivement 1,6 et 1,7 formation dont les durées moyennes respectives étaient de 16 h et 14,3 h.

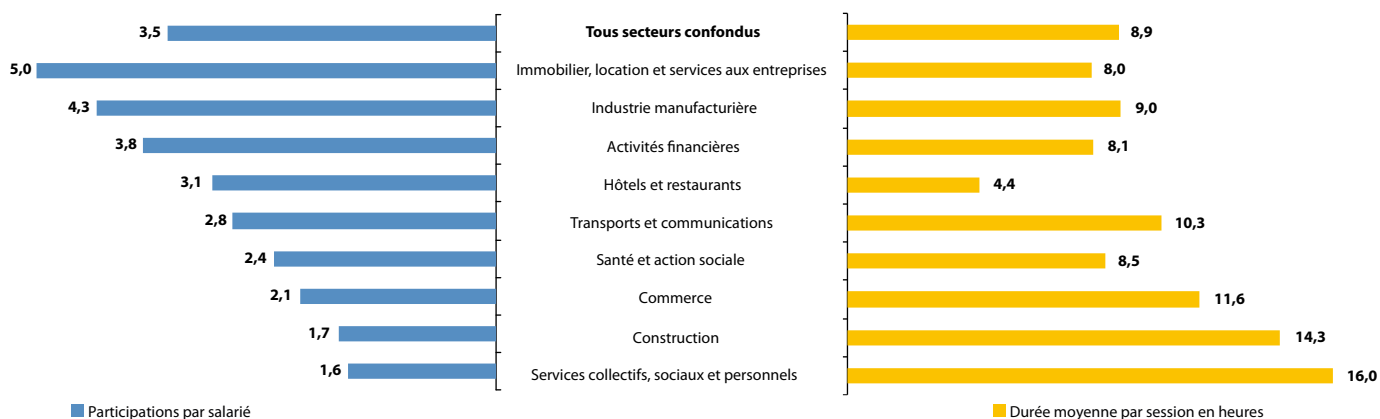
Bien que les salariés des entreprises du secteur «Hôtels et restaurants» aient suivi, en moyenne, 3,1 formations au cours de l'année 2007, les entreprises de ce secteur sont celles qui présentaient les durées de formation les plus courtes et l'investissement moyen par salarié le plus faible.

Pour de plus amples informations, vous pouvez consulter Formastat 2007 sur le site www.lifelong-learning.lu (publication produite avec le soutien du Fonds social européen) ou commandez gratuitement un exemplaire INFPC – Institut National pour le développement de la Formation Professionnelle Continue
38, rue de l'Avenir – L-1147 Luxembourg – Tél.: (+352) 46 96 12-1
Fax: (+352) 46 96 20 – www.infpc.lu – www.lifelong-learning.lu

En 2007, les données sur l'investissement en formation des 531 entreprises ayant perçu l'aide financière de l'Etat¹ permettent d'élaborer un certain nombre d'indicateurs utiles à l'analyse du comportement des entreprises en matière de formation professionnelle continue. Il est, par exemple, possible d'évaluer le nombre moyen de participations par salarié (nombre de participants divisé par le nombre de salariés) ainsi que la durée moyenne des sessions de formation (nombre d'heures de formation divisé par le nombre de participants).

¹ Législation (visant les entreprises du secteur privé de l'économie luxembourgeoise), ayant pour objet le soutien et le développement de la Formation Professionnelle Continue (section 2 du chapitre II du livre V du code du travail.)

Nombre moyen de participations par salarié et durée moyenne des sessions de formation selon le secteur d'activité





PROGRAMME DE FORMATION OCTOBRE-NOVEMBRE 2010

INTITULÉ	DATES	HORAIRE	PRIX
MANAGEMENT DE LA QUALITÉ			
Audit interne Qualité ISO 9001	10 et 11.11.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION			
Entretien de recrutement efficace pour recruteurs occasionnels	26.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
MARKETING ET COMMERCIAL			
S Aufbautraining Verkauf: Einwände richtig behandeln	21 et 22.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
S Facebook: Optimisez votre communication professionnelle	28.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
ACHAT, LOGISTIQUE ET COMMERCE INTERNATIONAL			
Rédiger un contrat d'achat	22.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
DROIT			
Sécurité sociale luxembourgeoise	14 et 15.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
S Dispositions légales et réglementaires du contrat de travail	21.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
S Réglementation des marchés publics	28.10.2010	8.30 – 12.00 heures	100 €
S Structures représentatives du personnel au niveau de l'entreprise	09.11.2010	8.30 – 12.30 heures	150 €
GESTION COMPTABLE ET FINANCIÈRE			
S Mieux contrôler et gérer les frais au quotidien	11 et 18.10.2010	14.00 – 18.00 heures	195 €
S Initiation aux normes comptables internationales IAS/IFRS	14, 21 et 28.10.2010	8.30 – 12.30 heures	300 €
S Planification budgétaire et financière	08 et 15.11.2010	14.00 – 18.00 heures	195 €
S Analyse financière, contrôle de gestion et contrôle interne	09 et 10.11.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
FISCALITÉ			
S Déclaration de TVA	14.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
S Aides fiscales aux entreprises	22.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
S Fiscalité d'une s.à r.l.: Principes de base pour les entreprises	25 et 26.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
S Implications fiscales de la structure juridique de l'entreprise	29.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
S Procédure fiscale des entreprises en matière d'impôts directs	10.11.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
SÉCURITÉ, SANTÉ ET ENVIRONNEMENT			
S Gestion de l'agressivité	29.10.2010	8.30 – 12.30 heures	150 €
S Formation aux gestes de premier secours «Sauveteur, Secouriste du Travail»	08 et 09.11.2010	8.30 – 17.30 heures	390 €
S Évitez le burn-out et regagnez votre vie	11 et 12.11.2010	9.00 – 17.00 heures	390 €
S Elaboration d'un concept de sécurité incendie	15.11.2010	8.30 – 17.00 heures	220 €
EFFICIENCE PERSONNELLE ET ASSERTIVITÉ			
S Gestion positive de l'énergie des conflits	25 et 26.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
S Durch Konzentrations- und Gedächtnistraining den Berufsalltag besser meistern	10, 17, 24.11. et 01.12.2010	18.30 – 21.00 heures	350 €
S Mieux comprendre et tirer parti de son intelligence émotionnelle	15 et 16.11.2010	8.30 – 17.00 heures	450 €
ORGANISATION ET SECRÉTARIAT			
S Apprenez à gérer votre temps ... pour en gagner	13 et 14.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
S Assistantes de direction: Maîtrisez avec aisance la diversité de votre fonction	21, 22 et 29.10.2010	8.30 – 17.00 heures	585 €
S Augmenter ses résultats par une organisation de travail efficace	22 et 29.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
S Die Managementassistentin im Office 2010 – Sich selbst und andere managen	26 et 27.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
MANAGEMENT, LEADERSHIP ET TEAMWORK			
S Von der Fach- zur Führungskraft	19 et 20.10.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
S Déléguer efficacement ... pour un management plus responsabilisant	09 et 10.11.2010	8.30 – 17.00 heures	390 €
COMMUNICATION			
S Rédiger efficacement des procédures	20.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
S Gérer les clients difficiles en face à face	25 et 26.10.2010	9.00 – 17.00 heures	390 €
TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION			
S Référencement des sites Web	26.10.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
S Bien écrire pour le web: Comment rédiger et structurer vos informations	09.11.2010	8.30 – 17.00 heures	195 €
BUREAUTIQUE			
S Excel – Évitez les tâches répétitives avec les macro-commandes	18.10.2010	8.30 – 17.00 heures	220 €
S Word – Créez vos modèles de documents	25.10.2010	8.30 – 12.00 heures	150 €
S Excel – Suivez et gérez votre budget	25.10.2010	13.30 – 17.00 heures	150 €
S Excel – Calculs avancés	27.10.2010	8.30 – 12.00 heures	150 €
S Excel – Gestion d'une liste et TCD	27.10.2010	13.30 – 17.00 heures	150 €
S Excel – Graphiques	09.11.2010	8.30 – 12.00 heures	150 €
S Excel – Liaisons	09.11.2010	13.30 – 17.00 heures	150 €
S Word – Formulaire et lettres-types	15.11.2010	8.30 – 12.00 heures	150 €
S Word – Publipostage et étiquettes	15.11.2010	13.30 – 17.00 heures	150 €

S: Séminaire organisé en partenariat avec l'OLAP et la Chambre des Métiers

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez vous adresser à:
Luxembourg School for Commerce

Siège: 7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg

Adresse postale: L-2981 Luxembourg
T: (+352) 42 39 39-220

W: info@lsc.lu – www.lsc.lu
F: (+352) 42 39 39-820



ET VOICI LES LAUREATS DU CERVIN DE CRISTAL 2010:



Le jury du BLC a décidé de remettre son grand prix bisannuel à un bureau d'architecture dont le partenariat avec le groupe suisse GARTENMANN & Partner Holding AG et son entreprise opérationnelle ITTEN+BRECHBÜHL AG a été déterminant dans la concrétisation de grandes réalisations au Grand-Duché de Luxembourg. Pour la première fois, le jury a également décidé de remettre un prix à une jeune entreprise qui a concrétisé avec succès son projet de traitement des eaux usées basé sur un séparateur solides/liquides breveté.

Lauréat du grand prix

P.ARC LUXEMBOURG Sàrl à Luxembourg

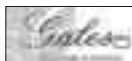
par MM. Carlo SCHEMEL et Patrick WIRTZ

Lauréat du prix de la jeune entreprise

EPURAMAT SA à Contern

Les prix seront officiellement remis le **jeudi 21 octobre 2010 dès 19h30** dans la salle des fêtes du Parc Hôtel à Mondorf-les-Bains. Pour participer à cet événement économique majeur qui a lieu au Grand-Duché tous les six ans, inscrivez-vous sur notre site: www.blc-cci.ch, section contact.

Partenaires de l'évènement



BUSINESS CLUB BELGO-LUXEMBOURGEOIS EN SUISSE

Avenue de Tourbillon 33 - CP 187 - CH-1951 SION - T +41 27 323 21 40 - F +41 27 323 16 40
blc@blc-cci.ch - www.blc-cci.ch

Convention de partenariat

Luxinnovation et le Centre de Recherche Public – Gabriel Lippmann s'engagent dans un partenariat privilégié



(de g. à d.) Gilles Schlessler, directeur Luxinnovation, Gérard Eischen, vice-président de Luxinnovation, Hubert Jacobs van Merlen, président du CRP – Gabriel Lippmann et Fernand Reing, directeur CRP – Gabriel Lippmann

Le 2 juillet dernier, dans les locaux de Luxinnovation, Hubert Jacobs van Merlen, président du CRP – Gabriel Lippmann, et Gérard Eischen, vice-président de Luxinnovation, Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, ont signé une convention visant à établir un partenariat privilégié entre les deux entités.

Poursuivant l'objectif de renforcer le système national d'innovation au Luxembourg, les deux acteurs ont décidé de coordonner leurs efforts et leurs ressources. La convention définit les axes de collaboration majeurs entre les partenaires qui intensifieront leur coopération. Ensemble, ils se fixent pour objectif de contribuer au développement socio-économique du Luxembourg au travers d'activités destinées à soutenir les entreprises innovantes et les chercheurs. Les partenaires se sont plus spécifiquement engagés à collaborer activement dans cinq domaines qu'ils considèrent comme prioritaires.

■ Valoriser les résultats de la recherche

La valorisation des résultats de la recherche figure parmi les priorités de la convention. Luxinnovation soutiendra le CRP – Gabriel Lippmann dans sa politique de valorisation socio-économique

des résultats de recherche. Luxinnovation mettra entre autres au service du centre de recherche ses compétences en matière de détection de projets innovants, de protection de la propriété intellectuelle et de commercialisation des résultats. Les deux institutions partagent le même souci d'optimiser les efforts de valorisation au plan national, en particulier par la création d'une plate-forme nationale.

■ Renforcer les collaborations public-privé grâce aux clusters

Dans une optique similaire, la mise en œuvre de projets collaboratifs entre les secteurs public et privé au Luxembourg, dans lequel les clusters ont un rôle de plus en plus important, feront l'objet d'une attention toute particulière. Le CRP – Gabriel Lippmann et Luxinnovation s'impliqueront ensemble dans les travaux de développement des clusters et plate-formes technologiques pour favoriser la création de centres de compétences. Cette implication passera notamment par un recours par l'Agence à l'expertise et aux réseaux scientifiques et techniques du CRP – Gabriel Lippmann. Grâce aux liens étroits qu'elle entretient avec le secteur privé depuis plus de 25 ans, Luxinnovation contribuera, quant à elle, aux efforts de collaboration du centre de recherche avec les entreprises.

■ Mieux connaître le paysage de la recherche et de l'innovation

Dans ce contexte, les partenaires œuvreront ensemble à identifier les technologies, besoins et opportunités en matière de R&D et d'innovation des entreprises du pays et de la région, afin de leur proposer des solutions adaptées, notamment pour les PME.

■ Accompagner les projets de recherche nationaux et européens

Luxinnovation accompagnera les chercheurs du CRP – Gabriel Lippmann dans leurs démarches pour bénéficier des mécanismes de cofinancement mis en place par la loi du 5 juin 2009 relative à la promotion de la Recherche-Développement et de l'Innovation (RDI) au Luxembourg, en particulier dans le cadre des projets de R&D et des pôles d'innovation. Dans ce contexte, Luxinnovation développera un réseau d'experts en innovation dont fera partie le CRP.

Luxinnovation fera par ailleurs bénéficier le CRP – Gabriel Lippmann de son expertise en matière de programmes de recherche européens, en particulier pour le 7^e Programme-cadre de Recherche-Développement, l'Agence Spatiale Européenne (ESA) et EUREKA, que ce soit au niveau du positionnement stratégique, de l'aide à la soumission de projets ou de mises en contact avec des experts privés.

■ Promouvoir ensemble l'innovation et la recherche

Autre priorité de cette convention pour les partenaires: les activités de communication destinées à améliorer la visibilité de leurs activités et leurs résultats. Les deux signataires œuvreront de concert à une plus grande visibilité de la recherche et de l'innovation sur le plan national et international. Luxinnovation assurera par différents moyens la promotion des compétences et résultats de la recherche du CRP – Gabriel Lippmann, notamment dans le cadre du Forum «Business meets Research» ou sur le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche.

che. Ce dernier a inauguré en mai dernier le premier catalogue de la recherche publique luxembourgeoise, dans lequel on retrouve les compétences de l'ensemble des laboratoires du CRP – Gabriel Lippmann (www.public-research.lu).

Conclue pour une période initiale de deux ans, la convention de collaboration a pour ambition d'établir une relation durable entre les deux parties. Il s'agit de la quatrième convention signée par Luxinnovation avec un organisme de recherche

public, après le partenariat conclu avec l'Université du Luxembourg en mars 2007 (et renouvelé fin 2009), celui formalisé avec le CRP-Santé en juillet 2009 et celui annoncé avec le CRP Henri Tudor en avril de cette année. ■

7^e Programme-Cadre européen de Recherche et Développement (FP7)

La semaine spéciale dédiée aux nouveaux appels à propositions du FP7 rencontre un vif succès

La Commission européenne a lancé fin juillet de nouveaux appels à propositions dans le cadre du 7^e Programme-Cadre européen de Recherche et Développement (FP7). Afin d'informer les acteurs de la recherche au Luxembourg et les entreprises engagées dans la recherche, le développement et l'innovation (RDI), Luxinnovation a réuni plus de 200 intéressés aux programmes de recherche européens début juillet.

■ Bénéficiaire des opportunités de financement du FP7

Avec un engagement de plus de 8,5 milliards d'euros, les nouveaux appels à projets couvrent tous les domaines de recherche du programme Coopération. Celui-ci est destiné à soutenir tout type d'activités de recherche pouvant être menées conjointement par des universités, des entreprises ou des centres de recherche de différents pays européens. Le programme Coopération est l'un des quatre programmes spécifiques du FP7 qui couvre à lui seul 32 milliards d'euros, soit 60 % du budget total du FP7. Pour la période 2007 à mai 2010, on dénombre 451 participations luxembourgeoises au FP7. 76 ont été retenues et se sont vues accorder près de 18 millions d'euros par la Commission européenne.

■ «FP7 Week – Taking research to the European level»

Afin d'informer les entreprises et organismes de recherche sur les opportunités européennes de financement de la recherche, Luxinnovation, Point de Contact National (NCP) pour le FP7 au Luxembourg, a organisé une semaine spéciale «FP7 Week – Taking research to the European level» dédiée aux nouveaux appels à propositions.

Des ateliers couvrant les thématiques du programme «Coopération» du FP7 se sont succédés présentant le contenu des nouveaux appels, les aides et mesures d'accompagnement nationales, les éléments-clés pour le montage d'une proposition compétitive ou encore des échanges d'expériences réussies.

Le programme Coopération s'articule autour de 10 thématiques ayant fait l'objet d'une séance d'information:

- Energie et environnement;
- Santé, alimentation, agriculture et pêche et biotechnologie;
- Nanosciences, nanotechnologies, matériaux et nouvelles technologies de production;
- Technologies de l'information et de la communication, sécurité et espace;
- Sciences socio-économiques et humaines.

Pour chaque thématique, Luxinnovation a présenté les éléments-clés pour monter une proposition pertinente afin de bénéficier d'une subvention au titre du FP7. Le NCP a en effet donné des informations concises sur la rédaction de

propositions et sur l'importance des différents critères d'évaluation. En faisant témoigner des entreprises et organismes de recherche tels que Lee Sàrl, le CRP-Santé, Goodyear SA, iTrust Consulting et le CVCE (Centre Virtuel de la Connaissance sur l'Europe), les participants ont pu saisir les possibilités mais aussi la complexité de collaborer aux programmes européens.

En donnant des exemples de bonnes pratiques à suivre mais aussi d'erreurs à éviter, Luxinnovation tente de maximiser les chances de succès des futures propositions.

Depuis le lancement du FP7 en 2007, plus de 33.000 propositions ont été soumises et 7.000 projets ont été financés. Avec un budget total de 50 milliards d'euros et une augmentation de 40 % du budget disponible pour la période 2010-2013, le FP7 offre des montants considérables qui restent toujours à allouer, soit 30 milliards d'euros. Une opportunité de taille pour les entreprises et organismes de recherche qui, par leur participation à des projets européens, accéléreront leur développement scientifique et technologique. ■

Pour de plus amples informations, veuillez contacter:

M. Jean-Michel Ludwig – Luxinnovation GIE

Responsable Programmes européens

Tél.: (+352) 43 62 63-1 – Fax: (+352) 43 81 20

E-mail: jean-michel.ludwig@luxinnovation.lu

Consultez également le site de Luxinnovation: www.luxinnovation.lu et

Le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche:

www.innovation.public.lu

Transfert de technologies

Les réseaux: des outils pour un transfert de technologies réussi

Dans l'économie actuelle, le transfert de technologies s'inscrit dans une stratégie globale d'innovation et devient l'une des possibilités pour mener à terme un tel processus. Plusieurs outils et réseaux accessibles aux entreprises et industries existent en Grande Région – et plus largement en Europe – afin de faciliter ces transferts de technologies. Au Luxembourg, Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche est le point de contact privilégié pour y accéder.

Le transfert de technologies va permettre à une entreprise d'acquérir une innovation, issue de la recherche publique ou privée, dans le but de la commercialiser sous forme de nouveaux produits et/ou services. Lorsque l'innovation provient d'un centre de recherche public, il s'agira plus particulièrement de valorisation de résultats de la recherche publique. Ce processus pourra prendre différentes formes comme par exemple un contrat de licensing, ou la création d'une spin-off, et sera la plupart du temps associé à une transaction financière.

Dans tous les cas, différents réseaux existent pour faciliter et soutenir une démarche de transfert de technologies. Ils sont accessibles à toutes les entreprises, que ces dernières souhaitent céder ou acquérir une innovation.

■ TIGRE: le réseau pour la valorisation des résultats de la recherche publique en Grande Région

Le réseau TIGRE, Transfert de technologie et Innovation en Grande Région, est une initiative conjointe de 8 partenaires de la Grande Région tous en charge de la valorisation des résultats issus des institutions de recherche publique dans leur pays ou région respectif. Le réseau a été lancé en mars 2009 afin de répondre à la question suivante: «Comment les industriels peuvent-ils bénéficier au mieux des compétences de la recherche publique?». Le réseau assure ainsi un rôle de relais

au moment où la recherche quitte l'institution de recherche vers l'entreprise. Sa mission comprend des actions, toutes destinées à faire coopérer étroitement la recherche publique et l'industrie.

Les membres du réseau TIGRE assurent aux entreprises la diffusion d'information, l'orientation, la mise en contact et l'expertise pour toute demande technologique. Une entreprise ayant un besoin de compétences ou de technologies spécifiques s'adressera en effet à TIGRE qui l'orientera vers les laboratoires de recherche en Grande Région pouvant répondre à ses attentes. Après une identification de l'acteur adéquat par l'entreprise, le réseau facilitera la mise en contact et s'assurera qu'un partenariat bénéfique puisse se mettre en place.

Parmi les réalisations du réseau, on peut compter l'annuaire des laboratoires et des Clusters de la Grande Région ainsi que le site Internet permettant un échange d'offres de technologies entre organismes de recherche et entreprises (www.tigre-gr.eu). De nombreuses rencontres entre les différents Clusters ou encore l'échange de bonnes pratiques, notamment dans le

domaine de la Propriété Intellectuelle, ont aussi été mis en place.

■ De partenariats plus efficaces avec le réseau Enterprise Europe Network

Initiative de la Commission européenne, le réseau Enterprise Europe Network propose un éventail de services visant à soutenir les PME et les grandes entreprises dans leurs démarches d'internationalisation, de recherche, de développement et d'innovation technologique. Il encourage les coopérations commerciales et bien évidemment les transferts de technologies internationaux.

Le réseau Enterprise Europe Network couvre près d'une cinquantaine de pays grâce à environ 600 organisations professionnelles représentant ainsi plus de 3.000 experts engagés au quotidien. Pour le Luxembourg, trois partenaires veillent à la réalisation des missions d'Enterprise Europe Network: la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et Luxinnovation, Agence nationale pour la promotion de la recherche et de l'innovation;

Le réseau TIGRE:

QUI? Luxinnovation, Centre de Recherche Public Henri Tudor, projet CERES, Interface Entreprises-Université Ulg, WFG, Universität Saarland, Innovations-Management GmbH, FH Kaiserslautern

QUOI? Valorisation des résultats de recherche de la recherche publique vers le monde socio-économique

COMMENT? Dans le cadre d'un projet Interreg IV A de la Commission européenne

COMBIEN? 1,6 millions d'euros, cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional

QUAND? Période 2009-2012

Plus d'informations disponibles sur le site www.tigre-gr.eu.

Personne de contact: Dr. Frédéric Melchior – Luxinnovation GIE

Tél.: (+352) 43 62 63-1 – Fax: (+352) 43 81 20

E-mail: frederic.melchior@luxinnovation.lu

Au Luxembourg, Luxinnovation est spécifiquement en charge du soutien aux PME pour l'innovation et le transfert de technologies. Les services de l'Agence s'adressent à toute entreprise ou organisme de recherche, indépendamment de sa taille ou de son secteur d'activité. Engager une telle démarche offre de multiples avantages:

- un gain en terme de compétitivité: un savoir-faire ou une technologie innovante dans un secteur d'activité permet à l'entreprise d'avoir un positionnement concurrentiel sur le marché;
- un accroissement des profits: l'acquisition d'une technologie existante permet d'une part, de réaliser des économies importantes et d'autre part, un gain de temps considérable. En effet, le développement complet d'une solution technique en interne nécessite souvent plus d'investissements financiers et humains que le simple fait de l'acquérir;
- le dépassement des limites géographiques et sectorielles: les nouveaux savoir-faire ou technologies innovantes à acquérir ne sont pas forcément disponibles dans le secteur d'activités ou dans la zone géographique d'action de l'entreprise acquéreuse. Enterprise Europe Network facilite l'accès au savoir-faire européen et ce dans de nombreux secteurs d'activité.

Le processus de demande de transfert de technologies

Pour concrétiser une demande de transfert de technologies (au travers du réseau Enterprise Europe Network), un accompagnement et un suivi sont nécessaires. Le processus est assez simple et peut être résumé par le schéma ci-dessous.

Identification des besoins en technologie des PME et leur capacité d'intégration des innovations

Lors de visites effectuées in situ par les conseillers de Luxinnovation, une éva-

luation de la situation est réalisée afin de déterminer les attentes et les objectifs de l'entreprise. La formalisation du besoin est alors faite avec l'accord de l'entreprise. Le bilan d'innovation aboutit le cas échéant à la rédaction et la publication d'une offre ou d'une demande de technologie via le réseau Enterprise Europe Network: un profil technologique.

Optimisation de la recherche de partenaires

Lorsque le profil technologique de l'entreprise est publié sur la base de données du réseau, tout en garantissant un anonymat total, la recherche de partenaires débute. D'un côté, une marque d'intérêt peut être simplement reçue par l'entreprise suite à la diffusion de son profil

et une mise en contact s'en suit. D'un autre côté, la recherche peut être proactive en ciblant tout d'abord les entreprises susceptibles d'être intéressées par le profil technologique en question, puis en le leur diffusant.

Faciliter les accords de partenariats

Les mises en contact avec des partenaires potentiels européens effectuées, en découlent un ou plusieurs accords de partenariat. Diverses formes de coopérations techniques sont alors possibles, du contrat de licence à la sous-traitance en passant par différentes formes d'accords commerciaux ou stratégiques entre les partenaires. ■

ENTREPRISE EUROPE NETWORK – Luxembourg

QUI? Chambre de Commerce, Chambre des Métiers et Luxinnovation

QUOI? Innovation et Transfert de technologie, Accès aux financements et marchés européens, Internationalisation

COMMENT? Initiative de la Commission européenne dans le cadre du Programme-Cadre pour l'Innovation et la Compétitivité

COMBIEN? 320 millions d'euros, cofinancé par le programme EIP de la Commission européenne

QUAND? Période 2007-2013

L'ensemble des profils technologiques concernant tous les domaines d'activités sont disponibles sur le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche, www.innovation.public.lu et diffusé via sa lettre d'information hebdomadaire.

Plus d'informations sur le site Enterprise Europe Network – Luxembourg: www.enterprise-europe.lu.



Pour de plus amples informations, veuillez contacter:

Enterprise Europe Network – Luxembourg

M. Rémi Grizard – Luxinnovation GIE

Tél.: (+352) 43 62 63-1 – Fax: (+352) 43 81 20

E-mail: remi.grizard@luxinnovation.lu

Le processus de demande de transfert de technologies



Cycle de conférences

GESTION DES RISQUES CONTRACTUELS

Vous êtes fréquemment amené(e) à négocier et interpréter des contrats (acheteurs, fournisseurs, créanciers...)?

Déjouer les pièges juridiques liés aux relations contractuelles, c'est possible...

...commencez à acquérir les bons réflexes en participant à la *Conférence "les relations contractuelles entre professionnels"*, initiée dans le cadre du programme BusinessMentoring, et animée *par M. Pol Thielen, Cabinet d'Avocats Pierre Thielen.*

Cette séance s'adresse principalement aux « jeunes » dirigeants d'entreprise qui sont régulièrement confrontés à la négociation de contrats auprès d'acheteurs, de fournisseurs, de créanciers... et qui sont donc davantage exposés aux risques juridiques liés à ces engagements .

Au travers d'exemples pratiques et au gré des cas soumis par les participants en matière de clauses type, facturation et paiement, ainsi que de recouvrement de créance, un éclairage juridique sera apporté sur les outils et connaissances nécessaires à la bonne gestion des risques contractuels .

Les participants souhaitant aborder des cas pratiques spécifiques sont invités à le signaler dès que possible via le mail businessmentoring@cc.lu .

PROGRAMME

- | | |
|--------------------|---|
| 17h45-18h15 | > Accueil des participants |
| 18h15-18h25 | > Mot d'introduction par Rachel Gaessler, coordinatrice du programme BusinessMentoring |
| 18h25-20h00 | > Séance interactive, revue de cas pratiques et implications juridiques par Pol Thielen, Avocat à la Cour
> Questions-réponses |
| 20h00 | > Cocktail |

INVITATION
21 SEPTEMBRE 2010
18H00-20H00



Participation gratuite
Langue véhiculaire: français

Questions-réponses: français/anglais/allemand/
luxembourgeois

Ouverture des inscriptions le 06/09

Thèmes abordés

LES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTES

Les clauses type:

- la clause pénale
- la clause d'attribution juridiction
- la clause limitative de responsabilité
- la clause de réserve de propriété

Opposabilité des conditions générales

LA FACTURATION

La facturation et le paiement: étude des mentions obligatoires, la force probante, théorie de la facture acceptée

LE RECOUVREMENT DE CRÉANCES

Les procédures luxembourgeoises:

- principales procédures
- champ d'application
- conditions d'application
- moyens de défense

Les procédures européennes:

- l'injonction de payer européenne
- le règlement des petits litiges

L'interrégionalité – un atout majeur d'1,2,3,GO

Le parcours de plan d'affaires 1,2,3,GO a été constitué il y a 10 ans pour aider les futurs créateurs d'entreprises innovantes en Grande Région à rédiger un plan d'affaires convaincant. L'atout majeur du parcours est sans doute sa dimension interrégionale, qui le distingue des autres initiatives soutenant la création d'entreprises. En effet, 1,2,3,GO opère sur le territoire de la Grande Région (Grand-Duché de Luxembourg, Belgique francophone, Lorraine, Sarre et Rhénanie-Palatinat) et encourage les collaborations économiques, technologiques, de ressources humaines et de savoir-faire.

Depuis déjà 10 ans, l'a.s.b.l. Business initiative organise le parcours de plan d'affaires interrégional 1,2,3,GO qui stimule la diversification économique en Grande Région. Le soutien offert aux créateurs innovants va au-delà des frontières et se fait en plusieurs étapes:

Pendant le parcours de plan d'affaires 1,2,3,GO:

- Les porteurs de projet sont accompagnés gratuitement par un ou plusieurs coachs du réseau 1,2,3,GO, qui compte plus de 350 entrepreneurs et experts issus de tous les domaines d'activité (entrepreneuriat, marketing, finances, droit, biotechnologies, médecine, informatique etc...). Les futurs créateurs d'entreprises sont alors soutenus dans l'élaboration de leur plan d'affaires et reçoivent des avis et conseils précieux de spécialistes du terrain. Le coaching interrégional, c'est-à-dire le fait qu'un projet soit encadré par un coach provenant d'une autre région, est fortement encouragé par 1,2,3,GO car il permet d'ouvrir aux nouveaux créateurs d'entreprises des marchés internationaux et de nouer des contacts professionnels en Grande Région.

Frédérique Gueth, manager d'1,2,3,GO, explique: «Grâce à notre réseau de coachs, nous disposons d'un vivier de compétences très vaste: de l'expérience la plus générale à l'expertise la plus pointue. Ceci nous permet de répondre

spécifiquement à un large éventail de demandes de soutien. Nous souhaitons encore intensifier les mises en relation coach-porteurs de projet au niveau interrégional. Lorsqu'une compétence n'est pas disponible dans une région nous allons la chercher dans d'autres régions.»

Lors de l'édition 2009-2010 du parcours, le coaching interrégional a été le plus courant en Lorraine (avec 21 % des projets accompagnés par un coach interrégional), suivi du Luxembourg (17,4 %), de la Belgique francophone (13 %) et enfin de l'Allemagne (9,5 %). Ainsi, le coaching interrégional a presque doublé depuis l'édition passée avec 15 % des projets bénéficiant de cette pratique contre 8 % lors de l'édition précédente.

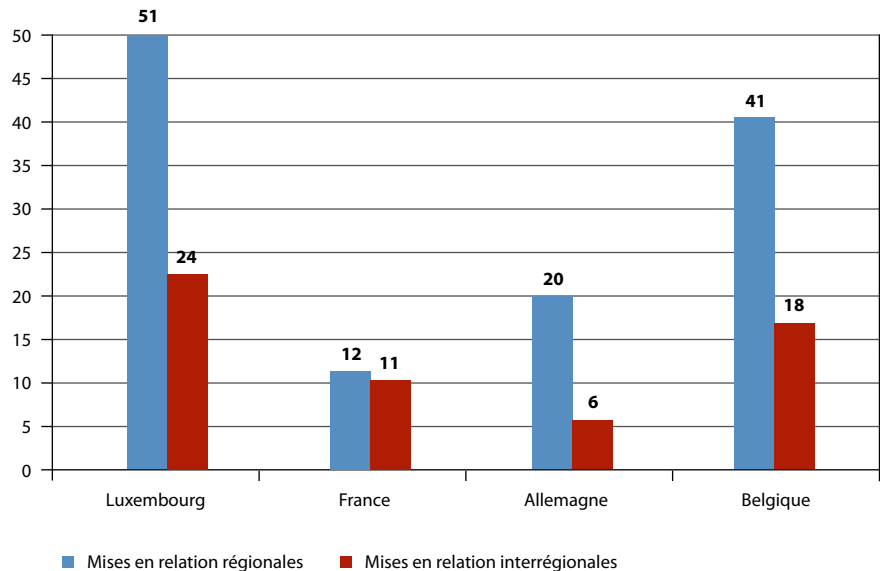
Lors des événements 1,2,3,GO (notamment le Speed Coaching et le Business Plan Booster), de nombreux porteurs de projet ont également pu profiter des conseils de coachs d'une autre région. Au total, 1,2,3,GO a ainsi contribué à près de 60 mises en relation interrégionales entre coachs et porteurs de projet (voir Graphe 1 ci-dessous).

A titre d'exemple, citons les projets Smatos (projet allemand encadré par le coach luxembourgeois de PricewaterhouseCoopers Luc Henzig, qui a développé

un logiciel pour la gestion des dossiers médicaux dans les hôpitaux), TALKTO Vision (projet luxembourgeois de diffusion de messages publicitaires sur écrans dans des lieux de vente, accompagné par le coach français Philippe Schmitt de Stratégies et Valeurs) et GNI Tecno % Bingo (projet belge pris en charge par un coach franco-luxembourgeois et qui propose un site communautaire pour les 10 à 14 ans favorisant les échanges sur la vie quotidienne et l'actualité).

Tant les porteurs de projet que les coachs ont retenu une expérience positive de ces échanges. Selon Benoit Rensonnet, porteur de projet de GNI Tecno % Bingo, la vision extérieure apportée par le coaching interrégional a été très précieuse, d'autant plus que les partenaires actuels de son projet sont essentiellement des sociétés belges et wallonnes. «J'ai pu obtenir ainsi des réflexions et des points de vue d'autres sociétés en Europe», affirme-t-il. Johannes Clemens du projet Smatos témoigne: «L'aspect international ainsi que la renommée des coachs nous ont particulièrement motivé pour participer au parcours. La collaboration avec Henzig de PwC nous a aidé dans l'analyse des marchés luxembourgeois, français et belge et nous a permis de fixer une stratégie d'entrée pour ces marchés étrangers.»

Graphe 1: Mises en relation coachs – porteurs de projet





- De nombreux événements, workshops et conférences sont par ailleurs organisés tout au long de l'année dans les différentes régions (séances de Speed Coaching, Business Plan Booster, formation au business plan, formation pour les coachs, différentes conférences, grande soirée de clôture,...). Ce sont des lieux de rencontre privilégiés qui peuvent donner naissance à des contacts et des synergies entre porteurs de projet et coachs au niveau interrégional. Pour encourager les membres du réseau à se rendre à ces événements dans une autre région, des services



Patrick Barbedor de homesystem

d'autobus ou de covoiturage ainsi qu'une traduction simultanée sont prévus.

Mais le soutien interrégional des projets peut se prolonger également après le parcours de plan d'affaires 1,2,3,GO:

- Les porteurs de projets ayant remis un plan d'affaires en fin de parcours sont mis à l'honneur à la grande soirée de clôture qui se tient chaque année au mois de septembre. Les lauréats, c'est-à-dire les porteurs de projet ayant obtenu plus de 70% des points dans l'évaluation de leur plan d'affaires, sont récompensés par un soutien financier et une visibilité médiatique. A cet effet, 1,2,3,GO s'est construit un réseau de partenaires médias en Grande Région afin de mettre en avant les start-ups innovantes de la région.
- Après la remise des plan d'affaires, 1,2,3,GO reste en contact avec les porteurs de projet afin de suivre l'évolution du projet d'entreprise et de répondre à des éventuels besoins spécifiques, tel que des mises en relation avec des partenaires ou investisseurs potentiels dans les autres régions. La cellule de coordination d'1,2,3,GO et ses relais jouent un rôle d'intermédiaire, en renvoyant les porteurs de projets vers des contacts et adresses utiles susceptibles de pouvoir les aider.

Un bel exemple d'une association interrégionale est le partenariat entre l'entreprise luxembourgeoise de domo-

tique homesystem et la société sarroise SemVox qui a mis au point des technologies de commande vocale. Ces deux lauréats 1,2,3,GO de l'édition 2008-2009 ont entamé une collaboration suite à leur rencontre à la soirée de clôture en septembre 2009. Ils ont présenté le résultat de leur travail, la nouvelle télécommande vocale qu'ils ont développée ensemble, le 2 août 2010 à Sarrebruck dans le cadre de la remise du prix «Allemagne, pays des idées» et dont SemVox a été lauréat.

Frédérique Gueth conclut: «Notre dimension interrégionale est notre force. Le soutien des différents ministères et de nos relais¹ en Grande Région qui représentent 1,2,3,GO localement joue un rôle primordial pour promouvoir l'initiative. Renforcer notre présence sur le terrain en collaborant avec de nouveaux partenaires et prescripteurs est un souci permanent de notre développement. Loin d'être un concurrent aux initiatives locales de soutien à la création d'entreprise, 1,2,3,GO est un partenaire qui ouvre de nouvelles portes et de nouvelles perspectives aux porteurs de projets mais aussi aux coachs du réseau dans un cadre international.»

Qui dit interrégional dit international. Nous vivons dans un espace économique, où les frontières sont tellement proches les unes des autres qu'il est indispensable de les traverser pour trouver de nouveaux débouchés pour les entrepreneurs qui souhaitent lancer leur entreprise. Notre réseau est un tremplin incontournable pour nouer des contacts et faire fructifier des idées d'affaires.»

Par ailleurs, nous accordons une grande importance à «soigner» les spécificités culturelles de nos interlocuteurs (coachs, porteurs de projet mais également nos partenaires financiers et opérationnels sur le terrain). Nous ne sommes pas là pour imposer mais pour fédérer les acteurs autour d'une même motivation qui est le soutien à l'esprit d'entreprise et la diversification de l'économie par la création d'entreprises innovantes. L'idée est de poursuivre cette fédération en encourageant les acteurs politiques, économiques et sociaux publics comme privés à rejoindre notre initiative. Toutes les forces vives doivent se mobiliser pour soutenir cette cause qui est la dynamisation de l'entrepreneuriat en Grande Région en tant que moteur de croissance économique.» ■



Les collaborateurs de SemVox lors de la remise de prix au «Tag der Ideen»

¹ Les relais d'1,2,3,GO en Grande Région sont l'Interface-Entreprises-Université à Liège en Belgique francophone, la CCI de la Sarre, le Technologie Zentrum à Trèves, le Business Innovation Center à Kaiserslautern, la CCI54 et Synergie CEEI en Lorraine et Luxinnovation à Luxembourg

Rapport annuel

Indicateurs à la hausse pour le CRP – Gabriel Lippmann



(de g. à d.) Hubert Jacobs van Merlen, président du conseil d'administration du CRP – Gabriel Lippmann, Pierre Decker, premier Conseiller de Gouvernement auprès du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, Fernand Reinig, Administrateur-directeur du CRP – Gabriel Lippmann et Pierre Seck, membre du conseil d'administration du CRP – Gabriel Lippmann

Le CRP – Gabriel Lippmann présentait son rapport d'activités ce mardi 13 juillet, en présence de Monsieur Pierre Decker, représentant le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. L'occasion pour les responsables du centre de présenter un bilan positif, résultat de choix stratégiques judicieux.

Le Centre de Recherche Public – Gabriel Lippmann peut être fier de ses résultats et confirme sa place en tant qu'acteur majeur de la recherche au Luxembourg. Les montants relatifs à la recherche contractuelle et à la recherche compétitive ont en effet augmenté de plus de 10 % au cours de l'année dernière. Et ce ne sont pas les seuls indicateurs à la hausse! 125 projets (+19 %) ont été menés de front par les chercheurs des quatre départements du centre, des scientifiques qui ont également obtenu de très bons résultats dans le cadre du deuxième appel à projets CORE financés par le Fonds National de la Recherche avec 11 projets retenus sur les 25 présentés en tant que coordinateur.

Les équipes du CRP – Gabriel Lippmann ont largement dépassé la plu-

part des objectifs fixés dans le contrat de performance 2008-2010 signé avec le ministère de tutelle. A titre d'exemple, en matière de publications scientifiques, près de 100 publications de haut niveau ont ainsi été publiées dans des revues de références sur le plan international, dont la prestigieuse revue Science.

■ Pas de bonne recherche sans bons chercheurs

Afin de maintenir ce niveau d'excellence, le CRP – Gabriel Lippmann a poursuivi sa politique de recrutement de doctorants et de chercheurs expérimentés sur le plan international. Cette démarche a été facilitée par les récentes simplifications administratives mises en place à cet effet par la Direction de l'Immigration du ministère des Affaires étrangères. L'effectif du CRP – Gabriel Lippmann a donc ainsi progressé, conformément aux objectifs fixés par le ministère de tutelle, pour dépasser le seuil de 200 personnes. Ces recrutements ont surtout concerné des postes de chercheurs engagés sous contrats à durée indéterminée. En cinq ans, les effectifs ont plus que doublé et les charges administratives imposées par

certaines pouvoirs subventionnaires sont également de plus en plus importantes. Hubert Jacobs van Merlen, le président du CRP – Gabriel Lippmann n'a d'ailleurs pas manqué de saluer le travail effectué par l'ensemble du personnel du centre.

■ Renforcement de la collaboration public-privé

L'année 2009 a également été l'occasion, pour le CRP – Gabriel Lippmann, de renforcer sa collaboration avec des partenaires industriels. Ainsi, le premier cluster multi-institutionnel de recherche dans le secteur des matériaux a été mis en place grâce au rapprochement du département Science et Analyse des Matériaux (SAM) du centre, du «Foil Innovation Center» de Novelis et de l'équipe «TDK-Europe professor» de l'Université du Luxembourg. Des discussions sont par ailleurs en cours avec le CRP – Henri Tudor, afin d'intégrer les compétences de son département Advanced Materials & Structures (AMS) au cluster. Le CRP – Gabriel Lippmann a également eu l'opportunité de développer de nouvelles compétences dans le domaine des senseurs, en partenariat avec une entreprise luxembourgeoise du secteur des équipements automobiles.

Ces différentes démarches ont été réalisées malgré la crise et grâce aux choix stratégiques du CRP – Gabriel Lippmann. Celui-ci a en effet misé sur un juste équilibre entre des activités de transfert technologique et des projets de recherche présentant un réel potentiel pour les entreprises et les institutions du pays. Cette stratégie s'inscrit donc parfaitement dans le cadre de la reconversion du Grand-Duché vers une économie moderne de la connaissance et du savoir.

CHEFS D'ENTREPRISES,
CREATEURS D'ENTREPRISES

REDUISEZ VOS COÛTS INFORMATIQUE
TOUT EN BÉNÉFICIANT D'OUTILS PROFESSIONNELS
DE COMMUNICATIONS ET DE COLLABORATIONS SIMPLES
ET PUISSANTS, DIGNES DES PLUS GRANDES ENTREPRISES.



CONTACTEZ-NOUS :
googleapps@logos-its.com



design: H. Botticelli - crédits photos: © Alstock - Fotolia.com

DES SOLUTIONS D'ENTREPRISES POUR CRÉER DE LA FLEXIBILITÉ



427, ROUTE DE THIONVILLE
L-5887 ALZINGEN

TÉL. 26 36 55 33
WWW.LOGOS-ITS.COM

L U X E M B O U R G



Ministère de la Santé

Appel à candidature pour le «Prix Santé en Entreprise 2010»

Le ministère de la Santé a annoncé le lancement de la 4^e édition du Prix Santé en Entreprise 2010. Lancé pour la première fois en 2007, le Prix Santé en Entreprise s'adresse à toutes les entreprises situées sur le territoire luxembourgeois. Il a pour objectif de les encourager à lancer et à renforcer des initiatives en matière de bien-être au travail. Avec le Prix Santé en Entreprise, le ministère souhaite ainsi encourager les entreprises qui, dans un souci de responsabilité sociale et de bon management, vont au-delà de leurs obligations légales et prennent de réelles initiatives en matière de bien-être au travail.

Le thème retenu pour cette édition 2010 est: «Bien-être au travail pour les salariés à risques particuliers», décliné en trois grands domaines d'action:

- Offrir des conditions de travaux adéquates pour les salariés âgés;
- Adapter et aménager les postes de travail aux salariés handicapés;
- Promouvoir la santé, la sécurité et la formation des jeunes travailleurs.

■ Comment participer?

Les entreprises qui souhaitent participer peuvent télécharger le dossier de candidature ainsi que le règlement du concours sur le site www.prix-sante-entreprise.lu.

Les dossiers sont à déposer **avant le 16 octobre 2010**. Les candidatures seront évaluées selon une grille d'évaluation spécifique par un jury siégeant indépendamment de toute tutelle et qui se compose de membres de la Direction de la Santé, l'Inspection de Travail et des Mines (ITM), l'Association d'Assurances contre les accidents (AAA), l'Administration de l'Emploi (ADEM) et l'Association Européenne pour la Promotion de la Santé (A.E.P.S.). Les projets retenus seront ceux qui démontrent que des initiatives bénéfiques et pérennes ont été mises en place pour la santé et le bien-être au travail et plus globalement pour la santé publique. ■

Pour de plus amples informations, veuillez contacter: Ministère de la Santé – Division de la Santé au Travail

Mme Viviane Alesch – Villa Louvigny, Allée Marconi – L-2120 Luxembourg

Tél.: (+352) 247-85693 – Fax: (+352) 46 79 60 – E-mail: viviane.alesch@ms.etat.lu – www.prix-santé-entreprise.lu

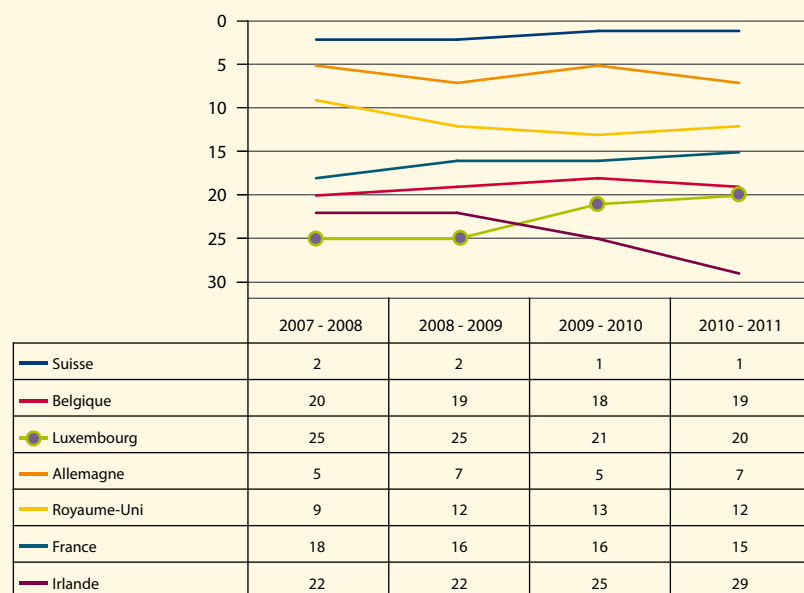
«Global Competitiveness Report 2010-2011» du Forum Economique Mondial

Le Grand-Duché de Luxembourg piétine dans le classement mondial de la compétitivité

■ **Tableau 1: Le «Global Competitiveness Index»: les résultats pour le Luxembourg**

	Rank (out of 139)	Score (1-7)
GCI 2010-2011	20	5,0
GCI 2009-2010 (out of 133)	21	5,0
GCI 2008-2009 (out of 134)	25	4,9
Basic requirements	10	5,8
1 st pillar: Institutions	9	5,7
2 nd pillar: Infrastructure	19	5,6
3 rd pillar: Macroeconomic environment	9	5,7
4 th pillar: Health and primary education	27	6,3
Efficiency enhancers	20	4,9
5 th pillar: Higher education and training	41	4,7
6 th pillar: Goods market efficiency	3	5,5
7 th pillar: Labor market efficiency	37	4,7
8 th pillar: Financial market development	6	5,3
9 th pillar: Technological readiness	2	6,1
10 th pillar: Market size	89	3,2
Innovation and sophistication factors	19	4,8
11 th pillar: Business sophistication	18	5,0
12 th pillar: Innovation	16	4,5

■ **Graphique 1: Le classement du Luxembourg par rapport à ses principaux partenaires économiques**



Le rapport «Global Competitiveness Report» 2010/2011 du «World Economic Forum» (WEF) effectuée, sur base d'indicateurs statistiques et de l'opinion des décideurs économiques et des dirigeants d'entreprises, un classement international annuel en matière de compétitivité des pays.

Selon l'édition 2010-2011, qui vient de paraître, de ce rapport reconnu à l'échelle internationale, dont la Chambre de Commerce est le coordinateur au niveau national, le Grand-Duché de Luxembourg n'améliore que très légèrement sa position dans le classement international des économies les plus compétitives, passant du 21^e au 20^e rang mondial (sur 139 pays au total), devancé notamment par 10 pays européens. L'observation de cette stagnation est à mettre en perspective avec le difficile contexte de crise économique mondiale.

Dans la comparaison avec nos pays voisins, ainsi qu'avec la Suisse et le Royaume-Uni qui sont nos principaux partenaires quant aux échanges de biens et de services, le Luxembourg se situe à la dernière place. Ainsi, comparé notamment à ses partenaires européens de la Grande-Région, le Luxembourg reste le moins bien classé.

■ Le bilan compétitif de l'économie luxembourgeoise

La compétitivité, que le WEF définit comme étant «l'ensemble des institutions, des politiques et des facteurs qui déterminent le niveau de productivité d'un pays», étant une notion multidimensionnelle, l'analyse de l'évolution de celle-ci fait appel à un grand nombre d'indicateurs, divisés, pour les besoins de l'enquête en question, en 12 piliers et regroupés en 3 catégories principales: les «exigences fondamentales en matière de compétitivité» (institutions publiques, infrastructures, performance macro-économique, santé et enseignement primaire), les «facteurs améliorant l'efficacité» (enseignement supérieur et formation continue, efficacité des marchés de biens

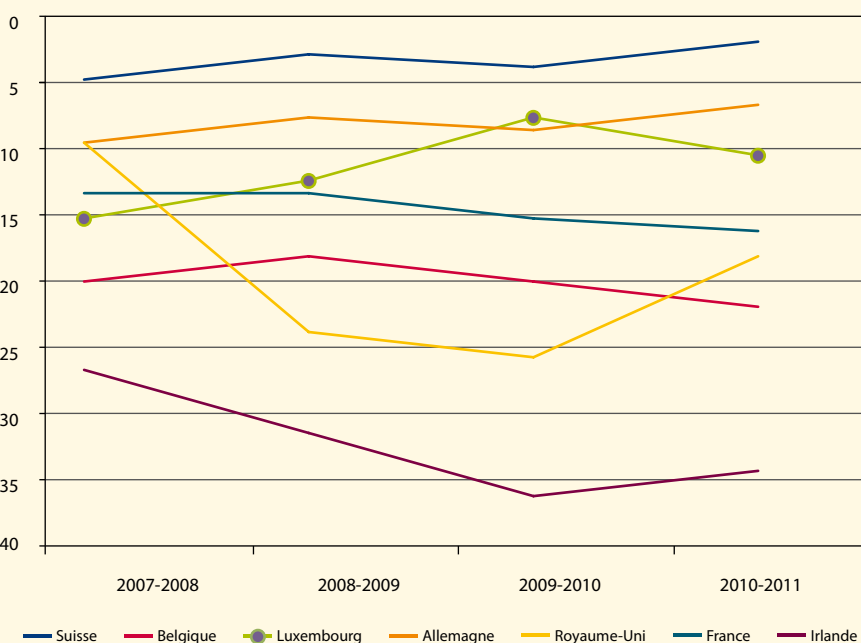
et du travail, sophistication du marché financier, utilisation des nouvelles technologies, taille du marché) et les «facteurs dits de sophistication» (innovation et degré de sophistication des entreprises).

Par rapport aux années précédentes, le Grand-Duché a réussi à améliorer, respectivement consolider, sa position pour les piliers suivants: *environnement macro-économique, infrastructures, enseignement supérieur, efficacité du marché du travail, utilisation des nouvelles technologies, efficacité du marché des biens, développement du marché financier et innovation*. Pour les autres piliers, notre pays a perdu des places dans le classement mondial, à savoir: *sophistication du marché financier, taille du marché, qualité du système de santé et d'éducation primaire, enseignement supérieur et formation supérieure*.

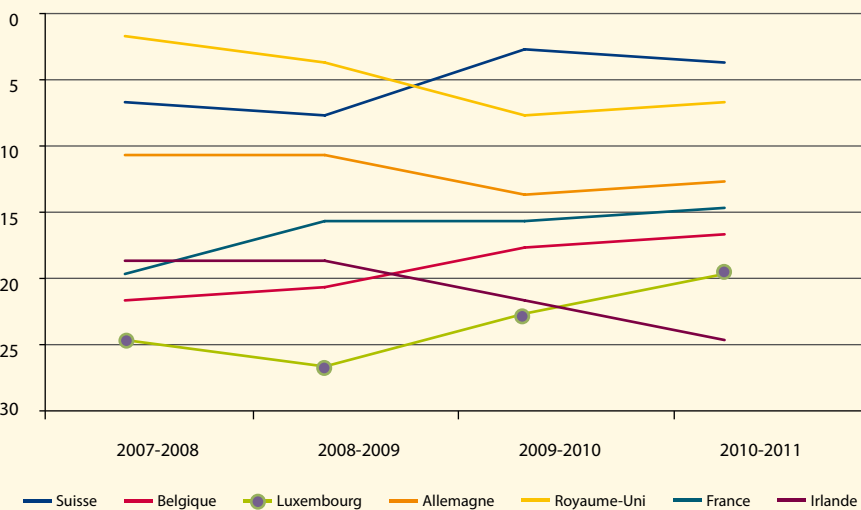
En termes **d'exigences fondamentales de la compétitivité** («Basic requirements»), le graphique 1 illustre l'évolution de la position du Luxembourg, à savoir une perte de positions, passant de la 7^e place en 2009 à la 10^e place en 2010. La Chambre de Commerce tient à relever la relative détérioration de familles d'indicateurs telles que *les institutions* (de la 6^e à la 9^e place) ou *les performances macro-économiques* (de la 6^e à la 9^e place) pour lesquels le Luxembourg détenait historiquement des avantages. En termes de *performance macro-économique*, les résultats du Luxembourg demeurent *a priori* relativement satisfaisants, mais il convient notamment de garder à l'esprit, dans ce contexte, la chute continue de la compétitivité-coût et prix des entreprises luxembourgeoises ainsi que la problématique de la soutenabilité à long terme des finances publiques (dette publique officielle et cachée et intérêts y afférents). Quant à l'indicateur *qualité des infrastructures de base*, la Chambre de Commerce s'interroge sur l'évolution future de cet indicateur, compte tenu notamment des coupes annoncées au niveau des investissements publics ainsi que la limitation de la marge de manœuvre de l'Etat suite à la détérioration de sa situation financière et du déficit structurel de l'Administration centrale.

Une détérioration du classement du Luxembourg est également enregistrée au niveau du facteur *Qualité du système de santé et d'éducation primaire* – de la 25^e place, en 2009, à la 27^e place, en 2010 – malgré une hausse continue

Graphique 2: Evolution de la catégorie «Exigences fondamentales en matière de compétitivité»



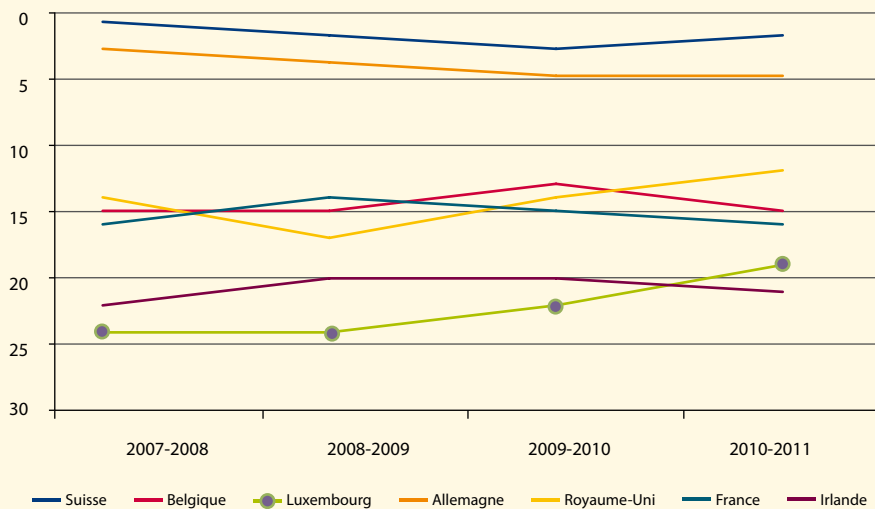
Graphique 3: Evolution de la catégorie «Améliorateurs d'efficacité»



des moyens publics investis. La famille d'indicateurs relative aux Institutions est, quant à elle, passée de la 6^e à la 9^e place, et ce notamment à cause de la détérioration d'indicateurs phares relatifs à la simplification administrative. Ainsi, l'indicateur *burden of government regulation* passe de la 13^e à la 22^e place. A titre résiduaire, au niveau de l'indicateur *number of procedures to start a business*, le Luxembourg perd 8 places tout comme le pays chute de 9 places dans le contexte de l'indicateur «time to start a business».

Une deuxième catégorie d'indicateurs analysés au niveau international par le WEF concerne **les améliorateurs d'efficacité** («Efficiency enhancers»). Le graphique 3 montre que le Luxembourg continue à réduire son écart, par rapport aux pays utilisés par la Chambre de Commerce à titre de comparaison, se trouvant actuellement à la 20^e position (27^e en 2008, 23^e en 2009). Hormis les indicateurs *taille de marché* (-4 places) et *enseignement supérieur et formation continue* (-2 places), tous les indicateurs sont restés

Graphique 4: Evolution de la catégorie «Innovation et degré de sophistication des entreprises»



stables ou ont évolué favorablement: *efficacité du marché du travail* (+5 places), *utilisation des nouvelles technologies* (+3 places), *efficacité du marché des biens* (+0 places), *développement du marché financier* (+3 places). L'indicateur *efficacité du marché du travail* montre une évolution positive grâce à, entre autres, des mesures de crise telles que le chômage partiel. La Chambre de Commerce précise qu'il s'agit de mesures limitées dans le temps. Des inefficiences structurelles subsistent non seulement au niveau du marché du travail, mais également au niveau de l'enseignement supérieur. En synthèse, bien que le Luxembourg se trouve indéniablement dans une phase de rattrapage au niveau de la catégorie des améliorateurs d'efficacité, il ne réussit toujours pas entièrement à rejoindre ses principaux concurrents.

Pour des raisons évidentes, le Luxembourg a peu de marge de manœuvre pour faire évoluer l'indicateur de *la taille de marché*, à plus forte raison dans un contexte de contraction de la demande mondiale. En matière d'enseignement universitaire, des désavantages compétitifs importants du point de vue du système d'éducation et encore plus en ce qui concerne l'accès *aux études universitaires* (108^e rang) sont relevés par le WEF, mais il convient de noter une amélioration de l'indicateur relatif à la recherche publique (de la 38^e à la 28^e position).

Pour ce qui est du pilier de compétitivité relatif à l'efficacité du marché de l'emploi, il subsiste une grande *rigidité de l'emploi* (de la 122^e à la 127^e posi-

tion) ainsi qu'une insuffisance de flexibilité des salaires (de la 100^e à la 112^e place) selon le WEF. Ce dernier point est à mettre dans le contexte de l'indexation des salaires et des automatismes et des rigidités en découlant, notamment pour une économie de petite taille, largement ouverte sur l'extérieur et en grande partie reposant sur des entreprises qui sont «price takers». Le système luxembourgeois de l'indexation automatique des salaires à l'évolution du coût de la vie, unique au monde sous sa forme actuelle, est, par nature, pénalisant pour les entreprises résidentes par rapport aux entreprises étrangères, alors que l'évolution de leurs coûts salariaux est déconnectée de ce fait de l'évolution de la productivité du facteur de production «travail». La situation est d'autant plus néfaste et dangereuse pour l'économie luxembourgeoise que celle-ci enregistre depuis plusieurs années un taux d'inflation bien supérieur à la moyenne des pays voisins et principaux partenaires commerciaux quant aux échanges de biens et services. A défaut d'une politique anti-inflationniste résolue, qui est, toutes choses restant égales par ailleurs, difficile à mettre en pratique dans un pays important une bonne partie de son infla-

tion, il est nécessaire de limiter l'impact du système d'indexation actuel sur les entreprises luxembourgeoises par des mesures volontaristes neutralisant les déclencheurs exogènes inhérents au système actuel. Les caractéristiques liées aux pratiques d'embauche et de licenciement (112^e place) ainsi que la participation des femmes au marché du travail (68^e place) et la concordance entre rémunération et productivité (44^e place) constituent, malgré des progrès visibles, des désavantages compétitifs en comparaison internationale.

Après avoir bénéficié, en 2009, d'une augmentation importante en matière d'*efficacité des marchés de biens et services* (+15 places), le Luxembourg stagne, quant à ce critère, en 2010 et garde donc sa 3^e place. Force est de constater qu'en termes d'exploitation des nouvelles technologies, le Luxembourg continue à exploiter pleinement son potentiel, atteignant la 4^e position au niveau mondial, ce qui devrait contribuer à établir une bonne réputation pour les secteurs concernés luxembourgeois (ICT, commerce électronique, etc.) au niveau international.

Passant à **la troisième catégorie** de déterminants de la compétitivité, à savoir **l'innovation et les facteurs dits de sophistication** («*Innovation and sophistication factors*»), le Luxembourg, en 22^e position mondiale en 2009, se trouve, en 2010, à la 19^e position. Depuis 2007, il a amélioré son positionnement de 5 places avec une amélioration *du degré de sophistication des entreprises* (+4 places) et du pilier lié à *l'innovation* (+5 places). Les sous-indicateurs de l'indicateur pour *le degré de sophistication des entreprises* principalement responsables de cette amélioration de position sont *la qualité de l'offre locale* et *l'extension de marketing*. En ce qui concerne *l'innovation*, on peut attribuer l'augmentation constatée surtout à une amélioration du positionnement pour *les dépenses en R&D de la part des entreprises* et à la *meilleure exploitation de brevets et de la propriété intellectuelle*.

Le Département Economique de la Chambre de Commerce se tient à votre disposition pour plus d'informations concernant le rapport 2010-2011 du World Economic Forum

Carlo Thelen, Chief Economist

Tél.: (+352) 42 39 39-351 – E-mail: eco@cc.lu

■ **Tableau 1: Classement Global (2010-2011) et comparaison avec l'étude précédente**

Country/Economy	GCI 2010-2011		GCI 2010-2011 rank among 2009 countries	GCI 2009-2010 rank *	Country/Economy	GCI 2008-2009		GCI 2010-2011 rank among 2009 countries	GCI 2009-2010 rank *
	Rank	Score				Rank	Score		
Switzerland	1	5.63	1	1	Kazakhstan	72	4.12	71	67
Sweden	2	5.56	2	4	Peru	73	4.11	72	78
Singapore	3	5.48	3	3	Namibia	74	4.09	73	74
United States	4	5.43	4	2	Morocco	75	4.08	74	73
Germany	5	5.39	5	7	Botswana	76	4.05	75	66
Japan	6	5.37	6	8	Croatia	77	4.04	76	72
Finland	7	5.37	7	6	Guatemala	78	4.04	77	80
Netherlands	8	5.33	8	10	Macedonia, FYR	79	4.02	78	84
Denmark	9	5.32	9	5	Rwanda	80	4.00	n/a	n/a
Canada	10	5.30	10	9	Egypt	81	4.00	79	70
Hong Kong SAR	11	5.27	11	11	El Salvador	82	3.99	80	77
United Kingdom	12	5.25	12	13	Greece	83	3.99	81	71
Taiwan, China	13	5.21	13	12	Trinidad and Tobago	84	3.97	82	86
Norway	14	5.14	14	14	Philippines	85	3.96	83	87
France	15	5.13	15	16	Algeria	86	3.96	84	83
Australia	16	5.11	16	15	Argentina	87	3.95	85	85
Qatar	17	5.10	17	22	Albania	88	3.94	86	96
Austria	18	5.09	18	17	Ukraine	89	3.90	87	82
Belgium	19	5.07	19	18	Gambia, The	90	3.90	88	81
Luxembourg	20	5.05	20	21	Honduras	91	3.89	89	89
Saudi Arabia	21	4.95	21	28	Lebanon	92	3.89	n/a	n/a
Korea, Rep.	22	4.93	22	19	Georgia	93	3.86	90	90
New Zealand	23	4.92	23	20	Moldova	94	3.86	n/a	n/a
Israel	24	4.91	24	27	Jamaica	95	3.85	91	91
United Arab Emirates	25	4.89	25	23	Serbia	96	3.84	92	93
Malaysia	26	4.88	26	24	Syria	97	3.79	93	94
China	27	4.84	27	29	Armenia	98	3.76	94	97
Brunei Darussalam	28	4.75	28	32	Mongolia	99	3.75	95	117
Ireland	29	4.74	29	25	Libya	100	3.74	96	88
Chile	30	4.69	30	30	Dominican Republic	101	3.72	97	95
Iceland	31	4.68	31	26	Bosnia and Herzegovina	102	3.70	98	109
Tunisia	32	4.65	32	40	Benin	103	3.69	99	103
Estonia	33	4.61	33	35	Senegal	104	3.67	100	92
Oman	34	4.61	34	41	Ecuador	105	3.65	101	105
Kuwait	35	4.59	35	39	Kenya	106	3.65	102	98
Czech Republic	36	4.57	36	31	Bangladesh	107	3.64	103	106
Bahrain	37	4.54	37	38	Bolivia	108	3.64	104	120
Thailand	38	4.51	38	36	Cambodia	109	3.63	105	110
Poland	39	4.51	39	46	Guyana	110	3.62	106	104
Cyprus	40	4.50	40	34	Cameroon	111	3.58	107	111
Puerto Rico	41	4.49	41	42	Nicaragua	112	3.57	108	115
Spain	42	4.49	42	33	Tanzania	113	3.56	109	100
Barbados	43	4.45	43	44	Ghana	114	3.56	110	114
Indonesia	44	4.43	44	54	Zambia	115	3.55	111	112
Slovenia	45	4.42	45	37	Tajikistan	116	3.53	112	122
Portugal	46	4.38	46	43	Cape Verde	117	3.51	n/a	n/a
Lithuania	47	4.38	47	53	Uganda	118	3.51	113	108
Italy	48	4.37	48	48	Ethiopia	119	3.51	114	118
Montenegro	49	4.36	49	62	Paraguay	120	3.49	115	124
Malta	50	4.34	50	52	Kyrgyz Republic	121	3.49	116	123
India	51	4.33	51	49	Venezuela	122	3.48	117	113
Hungary	52	4.33	52	58	Pakistan	123	3.48	118	101
Panama	53	4.33	53	59	Madagascar	124	3.46	119	121
South Africa	54	4.32	54	45	Malawi	125	3.45	120	119
Mauritius	55	4.32	55	57	Swaziland	126	3.40	n/a	n/a
Costa Rica	56	4.31	56	55	Nigeria	127	3.38	121	99
Azerbaijan	57	4.29	57	51	Lesotho	128	3.36	122	107
Brazil	58	4.28	58	56	Côte d'Ivoire	129	3.35	123	116
Vietnam	59	4.27	59	75	Nepal	130	3.34	124	125
Slovak Republic	60	4.25	60	47	Mozambique	131	3.32	125	129
Turkey	61	4.25	61	61	Mali	132	3.28	126	130
Sri Lanka	62	4.25	62	79	Timor-Leste	133	3.23	127	126
Russian Federation	63	4.24	63	63	Burkina Faso	134	3.20	128	128
Uruguay	64	4.23	64	65	Mauritania	135	3.14	129	127
Jordan	65	4.21	65	50	Zimbabwe	136	3.03	130	132
Mexico	66	4.19	66	60	Burundi	137	2.96	131	133
Romania	67	4.16	67	64	Angola	138	2.93	n/a	n/a
Colombia	68	4.14	68	69	Chad	139	2.73	132	131
Iran, Islamic Rep.	69	4.14	n/a	n/a					
Latvia	70	4.14	69	68					
Bulgaria	71	4.13	70	76					

(Cont'd.)

* The 2009-2010 rank shown is the one published last year out of 133 countries. One country that was included last year, Suriname, has been excluded this year for lack of Survey data. Suriname's rank of 102 from last year is therefore not shown in the table.

Gestion écologique des déchets

Adhésion officielle de la Chambre de Commerce à l'initiative «SuperDrecksKëscht fir Betriber»



Le 14 juin dernier, la Chambre de Commerce a adhéré officiellement à l'initiative «SuperDrecksKëscht fir Betriber», une initiative créée en 1993 par le ministère de l'Environnement et la Chambre des Métiers pour aider les entreprises à mettre en place une gestion écologique des déchets. L'adhésion formelle à cette initiative constitue une nouvelle étape logique, reflétant l'engagement de la Chambre de Commerce pour le développement durable en général et pour la gestion écologique des déchets générés par l'activité de ses ressortissants, en particulier.

Au 1^{er} janvier 2010, quelque 3.133 entreprises étaient affiliées à l'initiative, dont une part importante est active dans des secteurs d'activités économiques qui sont du ressort de la Chambre

de Commerce, notamment le commerce, le secteur HORECA, les prestataires de services marchands et l'industrie.

Par ailleurs, l'adhésion de la Chambre de Commerce coïncidait, à quelques jours près, avec le 25^e anniversaire de la «SuperDrecksKëscht», événement fêté le 9 juillet dernier en présence de Marco Schank, ministre délégué au Développement durable et aux Infrastructures, et de Pierre Gramagna, directeur de la Chambre de Commerce.¹

■ «SuperDrecksKëscht fir Betriber», de quoi s'agit-il?

Dans le cadre du Plan National des Déchets et du Plan National pour un Développement Durable, il est exigé qu'une gestion écologique préservant l'énergie et les ressources soit mise en place. Tel est également l'objectif de la «SuperDrecksKëscht fir Betriber», fondée en 1993 pour soutenir les entreprises à mettre en place une gestion écologique des déchets.

Actuellement, la manipulation des déchets demande aux producteurs de déchets un niveau élevé d'exigences, qui concerne autant la collecte, le tri et le stockage des déchets que la recherche de moyens de valorisation et d'élimination appropriés ou la mise en place de moyens de prévention de même que la prise en compte de la législation, en particulier la loi concernant la prévention et la gestion des déchets de 1994. Un cahier des charges particulièrement difficile à appliquer pour les PME. Ainsi, les conseillers de la «SuperDrecksKëscht fir Betriber» soutiennent les entreprises par la création de concepts de gestion et de prévention des déchets tout en tenant compte de l'écologie et de l'économie.

Concrètement, les principaux objectifs de la «SuperDrecksKëscht fir Betriber» sont:

- la promotion de la gestion écologique des déchets dans les entreprises tout en respectant la hiérarchie des principes¹ telle



¹ La hiérarchie des déchets s'applique par ordre de priorité: (1) la prévention des déchets; (2) leur préparation en vue du réemploi; (3) le recyclage; (4) une autre valorisation, notamment la valorisation énergétique; et (5) l'élimination des déchets

que fixée par la législation sur la gestion des déchets;

- l'assistance aux entreprises dans la mise en œuvre d'une telle gestion des déchets;
- l'assistance aux entreprises pour le respect et l'accomplissement des dispositions et obligations légales en matière de gestion des déchets;
- l'attribution, la gestion et la promotion auprès des entreprises et de la population du label de qualité de la «SuperDrecksKëscht»;
- l'assurance d'un service minimal de collecte de déchets auprès des entreprises;
- la promotion en général d'une gestion écologique des déchets.

L'engagement des entreprises en faveur d'une gestion écologique des déchets passe, par ailleurs, par d'autres initiatives connexes, telle que l'action «clever akafen» où sont mis en évidence, dans les points de vente et dans le commerce en général, maints produits écologiquement préférables, et ce dans un objectif de guider le consommateur dans ses décisions d'achat. Les produits sont choisis selon des critères définis, tels que les emballages écologiques et recyclables (valorisation matière) ou les produits durables (à durée de vie plus élevée). L'initiative «clever akafen», à laquelle de nombreux ressortissants de la Chambre de Commerce sont associés, est par exemple visible dans le secteur des piles et accumulateurs, des ampoules, des peintures et laques, ainsi que des produits de nettoyage et les détergents écologiques.

■ «SuperDrecksKëscht fir Betriber», quelques données statistiques clés

Le tableau 1 ci-contre fait le point sur les affiliations à l'action «SuperDrecksKëscht fir Betriber», par nombre absolu d'affiliations, d'une part, et par le nombre des salariés représentés, d'autre part, et ce au 1^{er} janvier 2010. Il ressort de la lecture du tableau que de nombreux ressortissants de la Chambre de Commerce participent déjà aujourd'hui à cette action. Le graphique 1 ci-contre résume en outre la distribution du nombre d'affiliés par principale branche d'activité.



■ **Tableau 1: Nombre d'acteurs affiliés par principales branches d'activité et nombre de salariés représentés**

Secteur	# affiliés	# salariés	Q/P aff.	Q/P sal.
Artisanat	994	38.587	31,7 %	22,5 %
Commerce	343	13.865	10,9 %	8,1 %
HORECA, campings	274	3.267	8,7 %	1,9 %
Services marchands divers	251	16.226	8,0 %	9,5 %
Services – éducation	223	10.467	7,1 %	6,1 %
Services – adm. publ.	212	6.956	6,8 %	4,1 %
Services – soins et santé	172	15.933	5,5 %	9,3 %
Banques et assurances	154	26.356	4,9 %	15,4 %
Industries	78	15.997	2,5 %	9,3 %
Laboratoires	57	872	1,8 %	0,5 %
Autres	375	22.782	12,0 %	13,3 %
Total au 1^{er} janvier 2010	3.133	171.308	100,0 %	100,0 %

La «SuperDrecksKëscht fir Betriber» a pu enregister une évolution impressionnante au niveau de ses statistiques d'affiliation. Rien qu'en 2009, le taux d'affiliation a progressé de l'ordre de 11 %, et ce malgré le fait que l'année en question ait été particulièrement difficile avec un recul du PIB de l'ordre de 4,1 %. Sur 3.133 membres affiliés, 1.705 sont labélisés (voir ci-dessous), soit une progression de 13 % par rapport à l'année 2008. En outre, les collaborateurs de la «SuperDrecksKëscht» ont effectué quelque 6.000 visites en entreprise et ont fourni quelque 15.000 renseignements téléphoniques en 2009.

■ **Le label de qualité «SuperDrecksKëscht» et les arguments phares en faveur d'une adhésion au système**

La Chambre de Commerce participe depuis longtemps à des initiatives diverses en matière de protection de l'environnement et de développement durable au sens large. Elle est engagée au sein de Valorlux, d'Ecotrel, du Partenariat pour l'Environnement et le Climat ainsi que dans le cadre de l'Institut national pour le développement durable et la responsabilité des entreprises (INDR), une émanation de l'UEL regroupant plusieurs organisa-

tions professionnelles. L'affiliation de la Chambre de Commerce à l'initiative «SuperDrecksKëscht fir Betriber» étant dès à présent actée, les avantages d'une affiliation encore plus renforcée de la part de ses ressortissants sont de taille.

En effet, conformément à la convention signée par le ministre délégué au Développement durable, le Président de la Chambre des Métiers ainsi que le Président de la Chambre de Commerce le 14 juin 2010, la «SuperDrecksKëscht fir Betriber» est le promoteur essentiel en matière de conseil des entreprises en ce qui concerne la gestion des déchets à un niveau de qualité élevée.

Le système de gestion écologique des déchets promu par la «SuperDrecksKëscht fir Betriber», et notamment les analyses et certifications réalisées au sein des entreprises concernées, entraînent un allègement des charges imposées aux entreprises par certaines législations en matière de protection de l'environnement, notamment les principes et formalités prévus par la législation relative aux établissements classés et la législation sur la gestion des déchets.

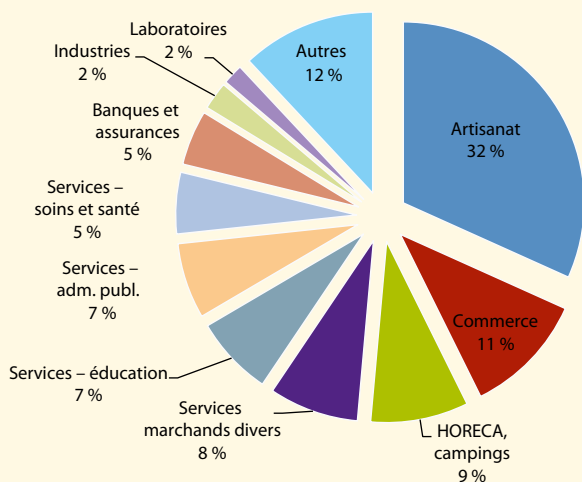
En outre, il convient de relever que l'action de la «SuperDrecksKëscht» est certifiée ISO 14001 et que la certification de la gestion des déchets réalisée par les entreprises est conforme à la norme ISO 14024.

L'affiliation à l'initiative «SuperDrecksKëscht fir Betriber» peut culminer, après une certaine durée d'affiliation minimale et pour les entreprises mettant en œuvre l'intégralité du concept et de la philosophie du système, en l'attribution du label de qualité «SuperDrecksKëscht fir Betriber», vecteur de communication puissant pour les entreprises, soulignant leur engagement en matière de gestion écologique des déchets.

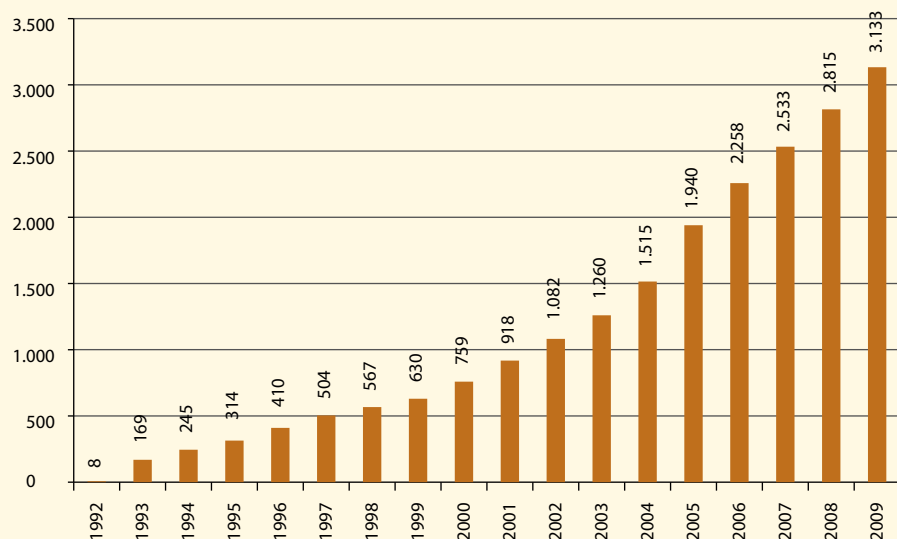
Seules les entreprises qui mettent en pratique le schéma détaillé de gestion des déchets mis au point à leur intention par la «SuperDrecksKëscht fir Betriber» se voient attribuer le label de qualité et sont ainsi «Label priméiert». Les critères pour l'obtention du label de qualité sont, entre autres:

- un engagement de tous les acteurs;
- une mise en œuvre de mesures de prévention des déchets;

Graphique 1:
Répartition des affiliés par principales branches d'activités



Graphique 2:
Evolution du nombre d'affiliés (situation au 31 décembre)



- une création d'une station de collecte bien visible et accessible à tous les salariés;
- un stockage fiable et respectueux de l'environnement;
- une collecte sélective des déchets;
- une politique de recyclage et d'élimination des déchets transparente et de qualité;
- une gestion respectueuse de l'environnement.

L'initiative «SuperDrecksKëscht fir Betriber» est un levier puissant de responsabilité sociale des entreprises, la traduction – au sein de l'entreprise – du concept phare du développement durable. Elle constitue en outre une illustration parfaite d'un concept dit «partenariat privé public», où les collaborateurs de la «SuperDrecksKëscht» soutiennent les entreprises, de manière pragmatique et individualisée, à mettre en œuvre une gestion écologique des déchets sur une base volontaire, sans qu'il ne soit nécessaire de définir un cadre légal ou réglementaire supplémentaire.

■ Intéressé?

L'initiative «SuperDrecksKëscht» au sens large, ainsi que l'éco-label «clever akafen», ont récemment fait l'objet d'une déclaration de «meilleure pratique» en Europe de la part de la Commission européenne. La «SuperDrecksKëscht» est d'ailleurs la troisième marque la plus connue au Grand-Duché. Environ 95 % de la population utilise couramment le système de la «SuperDrecksKëscht fir Bierger» et la moitié de l'emploi salarié est désormais couverte par l'action «SuperDrecksKëscht fir Betriber». Le modèle «SuperDrecksKëscht» est un succès au point que d'autres pays ou agglomérations métropolitaines mettent en œuvre des systèmes de gestion écologique des déchets inspirés de près de cette «success story luxembourgeoise», notamment en Hongrie, en Suisse et à Stockholm.

L'offre de services de la part de la «SuperDrecksKëscht fir Betriber» est très vaste. Elle comprend notamment les prestations suivantes:

- les informations et conseils sur toutes les questions concernant la gestion des déchets, avec un accent particulier sur la prévention;
- les analyses de la gestion interne des déchets;
- les solutions sur mesure pour la collecte sélective de tous les déchets de l'entreprise ainsi que pour leur stockage sûr et respectueux de l'environnement;
- les bilans de déchets;
- la formation et la motivation des salariés pour une manipulation correcte des matières dangereuses et des déchets;
- l'élimination écologique et transparente des déchets, ainsi que la possibilité d'améliorer l'image des entreprises participantes en leur décernant le label de qualité pour une gestion des déchets dans le respect de l'environnement.



Pour plus d'informations, pour prendre connaissance des conditions d'adhésion, ou simplement pour consulter diverses brochures et guides pratiques en matière de gestion écologique des déchets, n'hésitez pas à consulter le site Internet de la «SuperDrecksKëscht»:

www.sdk.lu, à appeler ses services au: (+352) 488 216-1 ou à contacter les conseillers de la «SuperDrecksKëscht» par e-mail: info@sdk.lu



Enquête Eurochambres 2011: la 18^e édition sur les rails

L'association des Chambres de Commerce et d'Industrie européennes Eurochambres va procéder cette année à la 18^e édition de l'enquête annuelle sur la conjoncture européenne. Au Grand-Duché, cette enquête est dirigée et réalisée par la Chambre de Commerce en collaboration avec TNS-ILRES, qui effectuera la collecte des données par téléphone auprès de quelque 1.000 entreprises au cours des deux premières semaines d'octobre 2010. Les entreprises faisant partie de l'échantillon retenu (c'est à dire les entreprises ayant plus de 10 salariés) vont recevoir le questionnaire afférant à la fin du mois de septembre.

L'enquête Eurochambres vise à connaître l'évolution des principaux indicateurs de la vie économique des entreprises en 2010 comparé à 2009. De plus, les enquêteurs demandent aux dirigeants d'entreprise de s'exprimer eu égard aux perspectives économiques et quant à leurs attentes pour l'année 2011. Au Grand-Duché de Luxembourg, cette enquête est actuellement la seule à prendre en compte les prévisions de tous les secteurs d'activité de l'économie (hormis l'agriculture, la santé et l'administration publique).

De surcroît, l'enquête Eurochambres est de très bonne qualité et les résultats qui en découlent sont statistiquement significatifs et représentatifs.

Le succès de l'enquête dépend largement de la participation des entreprises questionnées. Au cours des précédentes éditions, près de 90 % des entreprises luxembourgeoises choisies avaient participé à l'enquête, faisant ainsi de l'enquête Eurochambres un succès au Luxembourg.

Les résultats de l'enquête 2011 seront publiés dans Merkur et pourront être consultés à partir de décembre prochain sur le site Internet de la Chambre de Commerce (www.cc.lu) et d'Eurochambres (www.eurochambres.be).

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter le Département Economique de la Chambre de Commerce: Tél.: (+352) 42 39 39-350 – E-mail: eco@cc.lu ■

Balance courante du Luxembourg en 2009: fort recul du commerce international des biens et services

Le STATEC vient de publier le Bulletin 03-2010¹ détaillant les principales évolutions des échanges économiques extérieurs du Luxembourg en 2009.

La balance courante du Luxembourg laisse en 2009 un surplus de 2,1 milliards d'euros, un solde sensiblement identique à celui dégagé une année auparavant et qui représente environ 5,6 % du PIB, ce qui correspond à une toute légère progression par rapport à 2008.

Des évolutions particulièrement contrastées au niveau des différents soldes partiels ont toutefois été constatées en 2009.

L'année 2009 a ainsi été marquée par un net repli **des opérations sur produits** (biens et services) avec le reste du monde. Dans un contexte de chute spectaculaire et brutale du commerce mondial, les échanges extérieurs de biens et services du Luxembourg affichent une rétraction particulièrement importante. Par rapport à 2008, **le commerce de biens** chute de 23 % en valeur pour les exportations (crédit), respectivement de 25 % pour les importations (débit), alors qu'au niveau **des échanges internationaux de services**, on note une diminution de 9 % du côté des exportations et de 8 % du côté des importations.

Ce sont les services financiers qui, sur l'ensemble de l'année 2009, ont le plus souffert avec une réduction de 12 % tant pour les exportations (chutant de 30,2 millions EUR en 2008 à 26,6 millions EUR en 2009) que pour les importations (qui passent de 15,2 millions EUR à 13,4 millions EUR en 2009), alors que pour les ventes à l'étranger de services non financiers, le fléchissement est moins sévère et ne s'élève qu'à 5 % par rapport à 2008. Cependant, sur une base intra-annuelle, force est de constater que les services



financiers connaissent, tout particulièrement en fin d'année 2009, une timide amélioration, qui ne s'observe pas pour les exportations de services autres que financiers.

En dépit du ralentissement économique, le solde positif des opérations sur produits avec le reste du monde (exportations nettes de biens et services) – dégagé exclusivement par les échanges internationaux de services – fait plus que compenser le déficit extérieur occasionné par la rémunération des facteurs de production (rémunération des salariés et revenu des investissements), de sorte que **la balance courante** continue à dégager un excédent, et ce en dépit des évolutions fort contrastées au niveau des sous-composantes.

En ce qui concerne plus particulièrement **la balance commerciale**, les échanges de marchandises sont largement concentrés sur le marché de l'Union Européenne (UE), et plus par-

ticulièrement sur les trois pays limitrophes du Luxembourg.

■ Marché de l'UE

La prépondérance **des importations** en provenance des pays de l'UE a tendance à se renforcer pendant la période sous revue, en passant de 93 % en 2002 à près de 95 % en 2009, et ce malgré une baisse sensible de près de 22 % en 2009. En matière de produits énergétiques, d'équipements et de consommation, le Luxembourg s'approvisionne principalement chez ses voisins directs, ce qui est une des raisons pour lesquelles les marchandises importées à partir des trois pays limitrophes représentent plus de trois quarts des arrivées totales et que leur part reste plutôt stable dans le temps.

Contrairement aux importations, **les exportations** à destination des pays de l'UE diminuent de 0,7 % en moyenne par année entre 2002 et 2009, leur part

¹ Bulletin du STATEC 03_2010, «La balance courante du Luxembourg en 2009», disponible sur: <http://www.statistiques.public.lu/fr/publications/series/bulletinStatec/index.html>

■ **Tableau 1: Balance courante**

Libellé	2008		2009		2009/2008	
	Net	Crédit	Débit	Net	Crédit	Débit
Unité: millions EUR					en %	
Opérations courantes	2.100	160.396	158.265	2.130	-22	-22
Biens	-4.301	11.154	14.168	-3.014	-23	-25
Services	20.352	43.837	25.841	17.996	-9	-8
Services financiers	15.047	26.596	13.373	13.223	-12	-12
Services autres que financiers	5.305	17.241	12.469	4.772	-5	-3
Rémunération des salariés	-6.141	1.222	7.500	-6.279	6	3
Revenu des investissements	-5.968	99.309	104.856	-5.547	-27	-26
Transferts courants	-1.843	4.874	5.900	-1.026	-2	-13

Sources: BCL, STATEC

■ **Tableau 2: Ventilation géographique de la balance commerciale du Luxembourg**

	Part relative (en %)		Taux de croissance (en %)	
	2002	2009	2009/2008	2009/2002
Exportations de biens (hors avitaillement et or non-monétaire)	100,0	100,0	-24,5	0,1
UE (27 pays)	88,7	83,7	-27,6	-0,7
Zone euro (16 pays)	76,2	73,7	-25,7	-0,4
Pays limitrophes	57,6	58,2	-23,1	0,2
Hors UE	11,3	16,3	-3,4	5,5
Etats-Unis	3,2	3,4	-4,4	1,3
BRIC (Brésil, Russie, Inde & Chine)	1,0	3,2	-15,9	17,9
Chine	0,4	1,5	-13,2	21,4
Russie	0,4	1,2	-27,2	16,0
Importations de biens (hors avitaillement et or non-monétaire)	100,0	100,0	-22,8	1,5
UE (27 pays)	93,0	94,6	-21,9	1,8
Zone euro (16 pays)	87,6	90,3	-21,1	2,0
Pays limitrophes	78,3	78,1	-22,5	1,5
Hors UE	7,0	5,4	-36,1	-2,3
Etats-Unis	3,8	2,1	-32,2	-6,4
Hong Kong	0,2	0,9	30,7	25,7
BRIC (Brésil, Russie, Inde & Chine)	0,3	0,4	-34,9	7,3
Chine	0,2	0,3	-34,6	10,4

Sources: BCL, STATEC

relative passant de 88,7 % à 83,7 %. Les expéditions vers les pays limitrophes ne sont pas touchées par cette baisse, elles sont même en légère progression sur les sept dernières années.

■ **Marché hors UE**

Entre 2002 et 2009, **les importations** originaires de pays situés en dehors de l'UE se sont rétrécies de plus de 2 % en moyenne par année, leur

poids étant passé de 7 % à 5,4 %. Les importations en provenance du premier pays partenaire hors UE du Luxembourg, les Etats-Unis, se sont détériorées encore davantage, avec une chute moyenne annuelle de plus de 6 %, correspondant à une perte de 1,7 points de pourcentage en termes de part relative. A l'inverse, d'autres pays notamment asiatiques, comme Hong Kong ou la Chine, affichent une croissance sou-

tenue entre 2002 et 2009 qui s'élève à respectivement 25,7 % et 10,4 % en moyenne par année.

Les biens exportés vers les marchés extérieurs à l'UE affichent une progression de 5,5 % en moyenne par année entre 2002 et 2009, leur part relative s'étant améliorée de 5 points de pourcentage pour dépasser les 16 % en 2009. Les expéditions hors UE semblent avoir bien résisté à la crise récente car elles ne

connaissent qu'une chute modérée de 3,4 % en 2009, comparée à l'effondrement des exportations vers les pays de l'UE (-27,6 %). Les exportations vers les Etats-Unis, première destination en

dehors de l'UE, ont également augmenté sur les sept dernières années (1,3 % en moyenne par année). La part relative des exportations à destination des BRIC (et notamment de la Chine et de la Russie)

a plus que triplé entre 2002 et 2009, en passant de 1 % à plus de 3 %, ce qui témoigne d'un rythme de croissance bien supérieur à celui des exportations vers les pays européens. ■

L'impact de la demande extérieure sur l'économie luxembourgeoise

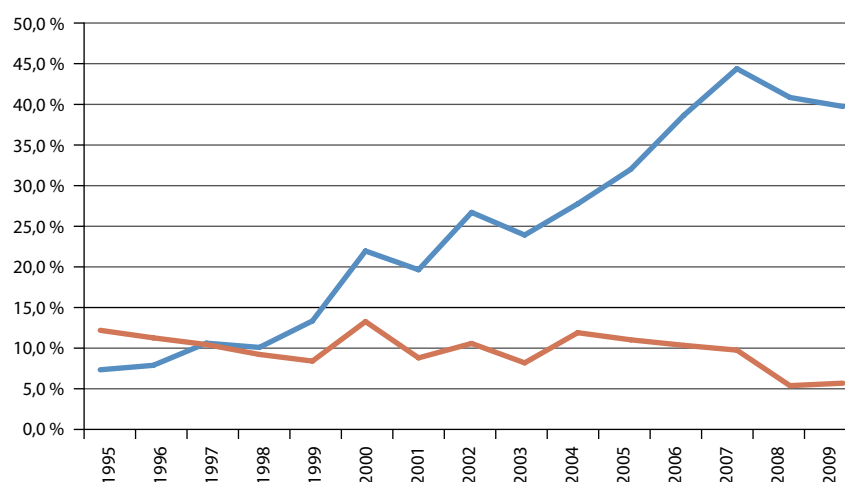
L'impact de la crise économique actuelle sur l'évolution de la **balance courante** est riche d'enseignements pour une petite économie ouverte comme celle du Luxembourg. La balance courante fournit des indications importantes concernant la compétitivité d'un pays et montre, pour le Luxembourg, sa très grande dépendance vis-à-vis de la demande extérieure, un facteur exogène non maîtrisable.

Une analyse précise de l'évolution de la balance courante s'avère toutefois complexe, notamment au Luxembourg, où les variations des balances partielles sont très volatiles et dont les évolutions peuvent se compenser mutuellement. Par ailleurs, la balance des revenus est largement influencée par la variation des rémunérations des frontaliers et des revenus des investissements.

Pour simplifier la description de l'importance de la composante externe de la croissance économique du Luxembourg, un recours à la **balance des biens et services** s'avère approprié.

Une baisse des exportations de biens et services, et son impact négatif sur le solde de la balance des biens et services, peut découler tant d'une baisse de la demande internationale (suite à une crise conjoncturelle) que d'une perte de compétitivité en termes relatifs des biens ou services

Graphique 1: Evolution du rapport dans le PIB de la balance des biens et services et de la balance courante



Source: STATEC, Calculs de la Chambre de Commerce

luxembourgeois par rapport à ceux offerts par d'autres pays.

Pour contrer la grande vulnérabilité de l'économie luxembourgeoise face à la volatilité de la demande extérieure, il y a lieu d'améliorer substantiellement la compétitivité-coût et la compétitivité hors coûts. Il s'agit de porter une attention particulière à la composante extérieure de la croissance (et des facteurs structurels qui influencent celle-ci) et sur lesquels les acteurs publics et privés peuvent agir (alors que la demande internationale est une donnée exogène), comme la productivité des facteurs de produc-

tion, la promotion commerciale et les outils en la matière, la recherche et l'innovation, l'esprit d'entreprise, la simplification administrative, etc.

Le rapport entre les exportations et la consommation finale des ménages souligne par ailleurs l'impact croissant du commerce extérieur sur l'économie nationale et montre également les limites d'une politique axée sur la stimulation de la demande intérieure. En effet, si en 1995 le volume des exportations représente environ le triple de la consommation des ménages, le rapport équivaut au quintuple en 2009. ■

■ **Tableau 1: Ratio des exportations par rapport à la consommation finale des ménages entre 1995 et 2009 (en %)**

1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
286 %	284 %	305 %	321 %	354 %	381 %	385 %	371 %	421 %	459 %	470 %	520 %	552 %	549 %	506 %

Sources: STATEC (comptes nationaux)

Projet de loi

Les nouvelles mesures fiscales dites «anti-crise»

En date du 30 juillet 2010, le ministre des Finances a déposé le projet de loi 6166 à la Chambre des Députés qui propose d'introduire une série de mesures fiscales relatives à la crise financière et économique du pays afin d'équilibrer les finances publiques luxembourgeoises d'ici 2014.

Les mesures les plus importantes de ce projet de loi sont résumées ci-dessous. Elles sont, en grande partie, commentées plus en détail dans le dossier «Tripartite» de l'édition du *Merkur* du mois de mai 2010. La Chambre de Commerce reviendra, par ailleurs, en détail sur ces mesures dans le cadre des avis à rendre sur ledit projet de loi, d'une part, ainsi qu'au niveau de l'avis budgétaire 2011, d'autre part.

■ **Imposition des entreprises**■ **Impôt minimum pour certaines sociétés**

Le projet de loi prévoit l'introduction d'un impôt sur le revenu des collectivités minimum de 1.500 EUR pour les organismes à caractère collectif dont l'activité n'est pas soumise à un agrément d'un ministre ou d'une autorité de surveillance. En sus de ce critère, la somme des immobilisations financières, des valeurs mobilières et des avoirs en banques, avoirs en comptes de chèques postaux, chèques et encaisse devrait dépasser 90 % du total du bilan de ces entités pour l'application de cette mesure. En présence d'un régime d'intégration fiscale, cette nouvelle disposition ne viserait que la société mère ou l'établissement placé à la tête du groupe intégré.

Ce montant minimum serait majoré de la contribution au fonds pour l'emploi, le portant ainsi à 1.575 EUR. Des crédits ou bonifications d'impôts pourraient le cas échéant réduire la charge définitive.

■ **Indemnités de départ**

Une indemnité de départ ou de licenciement ne serait déductible pour l'employeur que jusqu'à concurrence d'un montant de 300.000 EUR. Un fractionnement sur plusieurs années serait assimilé à un paiement unique.

■ **Fonds pour l'emploi**

La contribution pour le fonds pour l'emploi majorant le taux de l'impôt sur le revenu des collectivités serait relevé de 4 à 5 % portant ainsi le taux actuel de 21,84 % à 22,05 % (hors impôt commercial communal).

■ **Bonifications pour investissements**

Le régime de bonifications d'impôt pour investissements pour certains biens amortissables corporels subirait quelques améliorations au niveau des taux applicables. D'une part, le crédit d'impôt pour investissements complémentaires passerait de 12 à 13 %, d'autre part, le taux de bonification relatif à l'investissement global serait porté quant à lui à 7 % pour la première tranche d'investissement ne dépassant pas 150.000 EUR et à 3 % pour la tranche dépassant cette somme.

■ **Amortissement spécial**

Les entreprises sont incitées à réaliser des investissements dans l'intérêt de la protection de l'environnement et de la réalisation d'économies d'énergie moyennant une amélioration des dispositions fiscales de l'amortissement. Ainsi, il est proposé de porter le taux maximal de l'amortissement spécial, prévu par l'article 32bis L.I.R., de 60 % à 80 %

■ **Imposition des personnes physiques**■ **Frais de déplacement**

Le montant de la déduction annuelle pour frais de déplacement passerait de 99 à 51 EUR par km. La déduction minimale serait donc réduite de 396 à 204 EUR par an, et la déduction maximale de 2.970 à 1.530 EUR par an.

■ **Fonds pour l'emploi**

La contribution pour le fonds pour l'emploi, qui majore les taux de base de l'impôt sur le revenu et qui est actuellement de 2,5 %, serait relevée à 4 %. Ce taux serait augmenté à 6 % pour la tranche de revenus dépassant 150.000 EUR

(300.000 EUR pour les couples imposables collectivement).

■ **Taux d'imposition marginal**

Il est prévu d'augmenter le taux maximal d'imposition de 38 % à 39 % pour la tranche de revenus dépassant 41.793 EUR (83.586 EUR pour les couples imposables collectivement).

■ **Impôt de crise**

Pour les années 2011 et 2012, un impôt de crise temporaire de 0,8 % serait introduit sur toutes les catégories de revenus; seuls les salaires ne dépassant pas le salaire social minimum en seraient exonérés. Le mécanisme de calcul de cet impôt serait comparable à celui de l'assurance dépendance (application d'un abattement correspondant au montant du salaire social minimum). Le taux marginal d'imposition passerait ainsi de 38,95 % actuellement à 41,36 % respectivement 42,14 % pour la partie du revenu imposable dépassant le seuil précité (fonds pour l'emploi).

■ **Pensions alimentaires**

Le plafond annuel de déduction des pensions alimentaires versées au conjoint divorcé serait relevé de 23.400 à 24.000 EUR.

■ **Droits d'enregistrement sur résidence principale**

L'abattement sur les droits d'enregistrement dus en cas d'acquisition de la résidence principale, fixé à 20.000 EUR par contribuable, ne serait accordé qu'aux personnes dont le revenu imposable annuel ne dépasse pas 35.000 EUR pour les célibataires et 60.000 EUR pour les personnes mariées ou liées par un partenariat, ces seuils étant augmentés de 5.000 par enfant à charge.

Les mesures résumées ci-dessus, qui devraient entrer en vigueur en 2011, devront être analysées sur base des textes légaux destinés à les mettre en œuvre.

Sources externes:

Deloitte et projet de loi n° 6166 ■

Les entrepreneurs prudents oscillent entre incertitude et optimisme

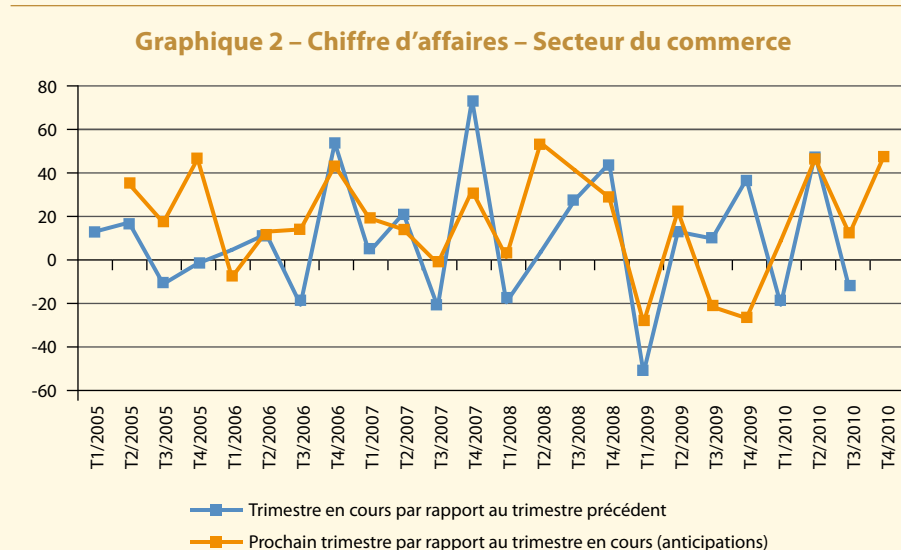
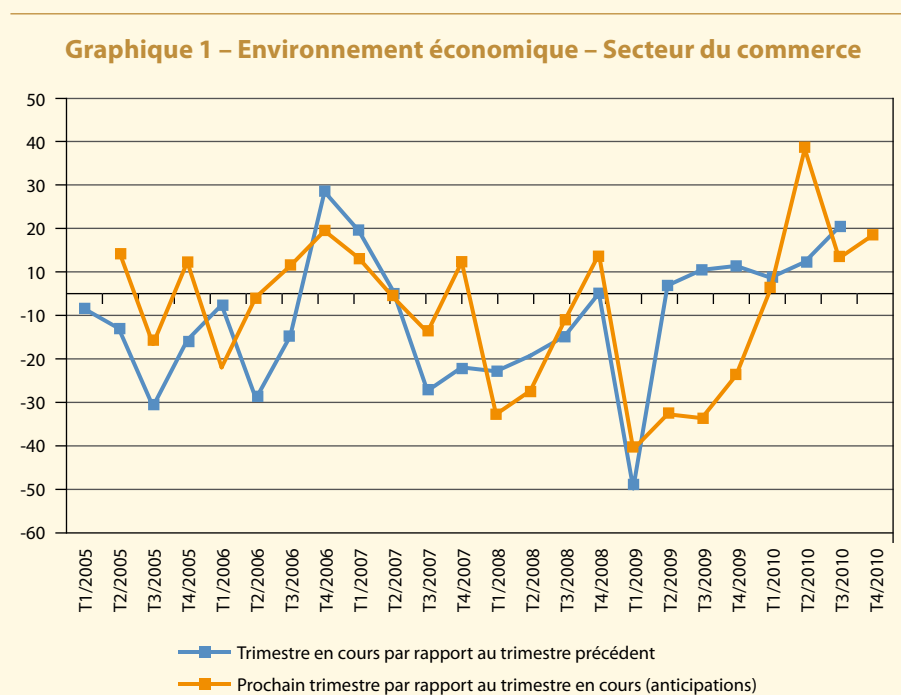
L'enquête de conjoncture STATEC – Chambre de Commerce dans le secteur du commerce et des services est réalisée par voie électronique sur un échantillon représentatif de 393 entreprises (155 entreprises du secteur du commerce et 238 entreprises du secteur des services). Le taux de réponse de l'enquête relative au 3^e trimestre 2010 a été de 53,2 %.

L'enquête s'adresse à des chefs d'entreprise et vise à collecter leur opinion à propos de l'évolution de leur environnement économique et de leur chiffre d'affaires d'un trimestre à l'autre. Les résultats reproduits au travers des graphiques ci-contre enregistrent, pour chaque trimestre, les soldes entre les réponses positives et négatives des entreprises (balances, c'est-à-dire la différence entre les réponses «en hausse» et les réponses «en baisse»). Deux types de «balances» sont repris dans les graphiques. L'un se rapporte à l'évolution de l'indicateur d'activité au cours du trimestre en cours par rapport au trimestre précédent, tandis que l'autre résume les anticipations pour le prochain trimestre.

■ Secteur du commerce

La balance du trimestre en cours par rapport au trimestre précédent (*balance de résultat trimestriel*) qui représente la perception de l'environnement économique par les entrepreneurs du secteur du commerce est relativement stable depuis le 2^e trimestre 2009, bien que l'indicateur afférent ait toujours été plutôt volatil, depuis les débuts de la présente enquête de conjoncture, et évolue régulièrement dans des valeurs négatives, témoignant ainsi d'un certain pessimisme de la part des entrepreneurs.

Un très net décrochage est observé entre 2008 et 2009 en raison de la crise économique mondiale qui n'a pas épargné le Grand-Duché. Suite à la contraction de l'activité économique considérable qu'a connue le Luxembourg en 2009 (- 4,1 % pour le PIB selon les dernières données du STATEC), les chefs d'entreprise restent



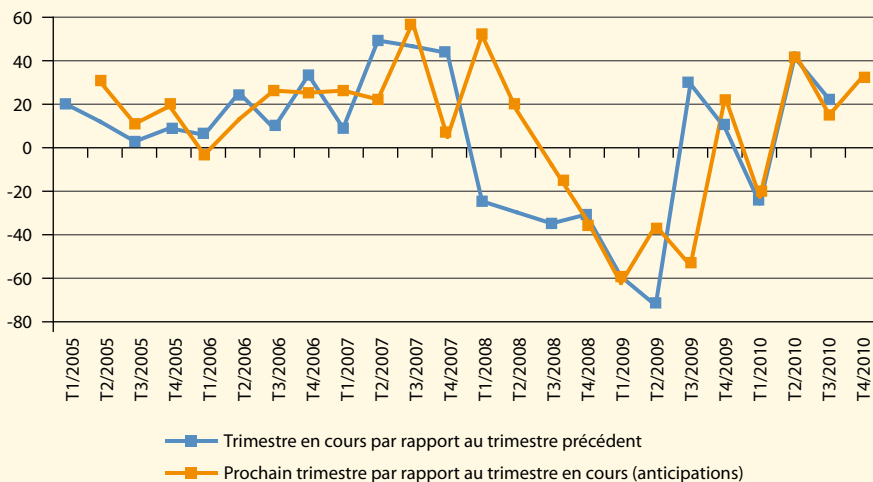
prudents dans leur jugement en raison des éléments d'incertitude qui subsistent. Un certain optimisme ressort toutefois de l'analyse de l'indicateur, ce dernier étant positif, et ce depuis le deuxième trimestre 2009.

La prise en compte des anticipations des entrepreneurs en ce qui concerne l'environnement économique dans le secteur

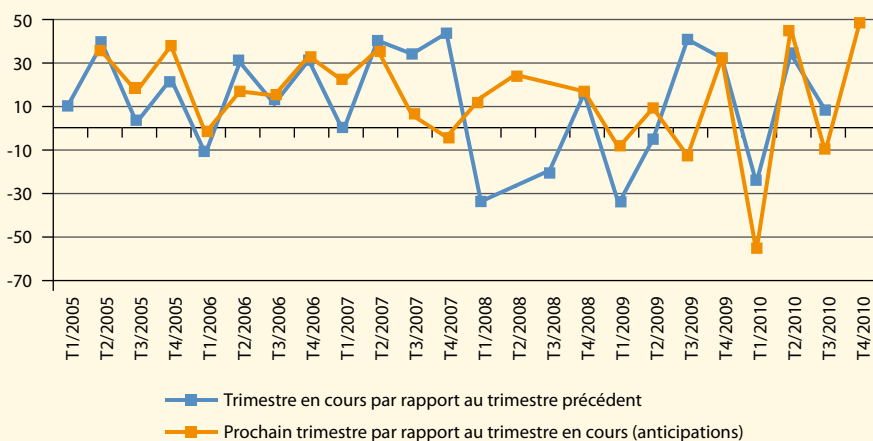
du commerce (*balance d'anticipations trimestrielles*) permet de mettre en évidence, comme précédemment, la relative stabilité de cette balance de perception jusqu'au deuxième trimestre 2010.

Après une chute assez fulgurante (de +37 à +9) entre le deuxième et le troisième trimestre 2010 de la balance d'anticipations, cette dernière connaît une légère

Graphique 3 – Environnement économique – Secteur des services



Graphique 4 – Chiffre d'affaires – Secteur des services



amélioration pour le quatrième trimestre 2010. Même si cette balance d'anticipations trimestrielles illustre à nouveau un certain optimisme, son évolution prudente montre que les incertitudes des entrepreneurs n'ont pas disparu malgré des perspectives favorables de croissance du Luxembourg pour 2010 (prévision de +3 % de croissance du PIB).

L'enquête de conjoncture montre, pour la balance en termes de résultat de chiffre d'affaires dans le secteur du commerce, une chute brutale de +46 à -13 au cours du 3^e trimestre 2010, alors que celle-ci a connu une forte amélioration entre le 1^{er} trimestre 2010 et le 2^e trimestre 2010.

Cette balance est traditionnellement volatile et doit être également mise en perspective avec la balance en termes d'anticipations. Cette dernière évolue en sens

opposé à la première, ce qui signifie que les entrepreneurs s'attendent à une amélioration de leur chiffre d'affaires au 4^e trimestre 2010 illustrée par une balance des anticipations fortement positive (+45).

Les résultats relatifs au secteur du commerce sont assez semblables lorsqu'il s'agit des balances d'anticipations, tant pour l'environnement économique que pour le chiffre d'affaires. La balance du trimestre en cours par rapport au trimestre précédent montre des résultats divergents en ce qui concerne la perception des entrepreneurs de l'environnement économique et leur perception du chiffre d'affaires.

■ Secteur des services

La perception de l'environnement économique de la part des entrepreneurs du secteur des services s'est dégradée au cours de ce 3^e trimestre, avec une

balance de résultats en la matière qui a diminué de 19 points, passant ainsi de +40 à +21. Cette chute fait suite à une hausse continue et assez marquée entre le 1^{er} trimestre et le 2^e trimestre 2010. Le score reste toutefois positif au cours de ce 3^e trimestre. L'histoire de l'enquête de conjoncture trimestrielle montre que l'indicateur afférent évolue souvent en dents de scie.

Cette tendance baissière était, il est vrai, prévisible dans la mesure où la balance d'anticipations au 2^e trimestre indiquaient de manière évidente un recul de l'optimisme des entrepreneurs sur les perspectives en la matière.

S'agissant de l'environnement économique dans le secteur des services, la prise en compte des anticipations des entrepreneurs laisse supposer une reprise de l'optimisme des entrepreneurs, cette balance des anticipations connaissant une hausse de 18 points. Une certaine prudence doit toutefois être de mise, dans un contexte de reprise toujours fragile, en particulier au niveau européen compte tenu des problématiques de consolidation des finances publiques auxquelles doivent faire face l'ensemble des partenaires communautaires.

La balance du trimestre en cours par rapport au trimestre précédent, ainsi que celle des anticipations dans le secteur des services, montrent des évolutions comparables, du point de vue du chiffre d'affaires, à celles du secteur du commerce.

La balance concernant les résultats du point de vue du chiffre d'affaires a enregistré au 3^e trimestre 2010 une chute de +38 à +11 points. Cette évolution négative est en lien avec ce que la balance d'anticipations signifiait au trimestre précédent à travers sa baisse très sensible (-59 points), à savoir une perte de confiance apparemment très forte de la part des entrepreneurs.

En revanche, les entreprises s'attendent, à en croire le retournement de la balance des anticipations relatives au prochain trimestre, à une hausse très forte de leur chiffre d'affaires. L'indicateur y étant relatif donne à penser à un optimisme marqué des chefs d'entreprise.

POSTDOC NEXT DEADLINES:
22.09.2010 – PHD 22.10.2010

PhD and Postdoc Grants for Public-Private Partnerships See what's behind.

Through its **AFR Grant Scheme**, the National Research Fund Luxembourg (FNR) supports **PhD and Postdoc researchers** in Luxembourg and abroad. Next to offering grants for research projects carried out in public research institutions, AFR strongly encourages research projects performed **as public-private partnerships (PPP) with Luxembourg-based companies**. In order to benefit of the **financial support** for PPP under AFR, an innovative research project needs to be developed jointly by the PhD/Postdoc candidate, the private company and a public research institution in Luxembourg or abroad.

AFR contributes to the development of human resources in Luxembourg research, translated in the long term by an increased number of qualified researchers pursuing a research career beyond their period of AFR funding.

Interested in hosting an AFR fellow during its PhD or Postdoc training? Go and see what's behind on www.afr.lu/en/AFR-Grants-Activities/Public-Private-Partnerships-under-AFR or send an email to afr@fnr.lu

AFR
FUNDING SCHEME
FOR PHDS AND POSTDOCS
(AIDES À LA FORMATION-RECHERCHE)



 aides à la
formation
recherche

 Fonds National de la
Recherche Luxembourg

INVESTIGATING FUTURE CHALLENGES

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.: (+352) 42 39 39-354/332 et peut être téléchargée sur le site www.cc.lu (rubrique «Avis»).

■ Ministère d'Etat – Communication et Médias

Projet de loi sur les services postaux. (3634WMMR)

Projet de règlement grand-ducal portant

- 1) création d'une carte de presse de journaliste professionnel et d'une carte de presse de journaliste professionnel stagiaire et
- 2) abrogation du règlement grand-ducal du 19 décembre 2003. (3695SAN)

Projet de loi modifiant la loi du 30 mai 2005 portant organisation de la gestion des ondes radioélectriques. (3696CCH)

■ Ministère de la Famille et de l'Intégration

Projet de loi portant modification

1. de la loi modifiée du 12 septembre 2003 relative aux personnes handicapées;
2. du Code du Travail. (3663BJO)

Projets de règlements grand-ducaux en vue de la mise en œuvre de la loi du 16 décembre 2008 relative à l'aide à l'enfance et à la famille. (3680EGE/LLA)

Projet de loi portant modification de la loi du 8 septembre 1998 réglant les relations entre l'Etat et les organismes œuvrant dans les domaines social, familial et thérapeutique. (3683EGE/LLA)

Projet de loi portant modification de la loi modifiée du 28 juin 2002

1. adaptant le régime général et les régimes spéciaux de pension;
2. portant création d'un forfait d'éducation
3. modifiant la loi modifiée du 29 avril 1999 portant création d'un droit à un revenu minimum garanti. (3693WMMR)

■ Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Projet de loi portant organisation de la formation à la profession réglementée de l'infirmier responsable de soins généraux et à la formation de sage-femme et portant reconnaissance des titres de certaines professions réglementées. (3659MMU)

■ Ministère des Classes Moyennes et du Tourisme

Projet de loi réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales et

- portant transposition de certaines dispositions des directives 2006/123/CE du 12 décembre 2006 relative aux services dans le marché intérieur et 2005/36/CE du 7 septembre 2005 relative à la reconnaissance des qualifications professionnelles;
- modifiant certaines autres dispositions légales;
- portant abrogation de la loi modifiée du 28 décembre 1988 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales ainsi que les règlements grand-ducaux y relatifs. (3667EGE, 3664EGE, 3665EGE, 3666EGE)

■ Ministère de l'Intérieur et de la Grande Région

Projet de règlement grand-ducal relatif à la protection des eaux souterraines contre la pollution et la détérioration. (3668WMMR)

Projet de règlement grand-ducal déterminant les installations, travaux et activités interdites ou soumises à autorisation dans la zone de protection sanitaire II du barrage d'Esch-sur-Sûre. (3675WMMR)

Projet de règlement grand-ducal concernant les aspects techniques du plan de gestion des risques d'inondation. (3676WMMR)

■ Ministère des Finances

Projet de loi portant règlement du compte général de l'exercice 2009. (3669TCA)

Projet de loi concernant les organismes de placement collectif et modifiant la loi modifiée du 4 décembre 1967 concernant l'impôt sur le revenu. (3689ZCH)

Projet de loi portant notamment transposition de la directive 2009/110/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 septembre 2009 concernant l'accès à l'activité des établissements de monnaie électronique et son exercice ainsi que la surveillance prudentielle de ces établissements («Directive monnaie électronique») et de la directive 2009/44/CE du Parlement européen et du Conseil du 6 mai 2009 («Directive opération sur titre»). (3690TAN)

Projet de loi portant notamment transposition de la directive 2009/111/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 septembre 2009 («Directive *Capital Requirement*») et de la directive 2009/49/CE du Parlement européen et du Conseil du 18 juin 2009 en ce qui concerne les établissements de crédit de certaines obligations de publicité pour les sociétés de taille moyenne et l'obligation d'établir des comptes consolidés. (3691TAN)

Projet de loi portant introduction des mesures fiscales relatives à la crise financière et économique. (3692WMMR)

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

Avant-projet de loi portant sur les aménagements particuliers permettant une évaluation et une certification adaptées aux élèves à besoins éducatifs particuliers de l'enseignement secondaire et de l'enseignement secondaire technique rendant possible l'accès aux qualifications scolaires professionnelles.

Avant-projet de règlement grand-ducal portant sur les modalités de fonctionnement et d'indemnisation de la commission des aménagements particuliers. (3670JLI)

Projet de règlement grand-ducal déterminant l'évaluation et la promotion des élèves des classes de la formation professionnelle initiale auxquelles les dispositions nouvelles de la loi modifiée du 19 décembre 2008 portant réforme de la formation professionnelle s'appliquent. (3677TRO)

Amendement au projet de règlement grand-ducal portant organisation de l'apprentissage pour adultes. (3636bisTRO)

■ Ministère du Travail et de l'Emploi

Projet de règlement grand-ducal portant attribution d'une indemnité de formation aux demandeurs qui participent à une mesure de formation. (3671RSY)

Projet de loi portant:

1. transposition de la directive 2005/47/CE du Conseil du 18 juillet 2005 concernant l'accord entre la Communauté européenne du rail/CER et la Fédération européenne des travailleurs des transports (ETF) sur certains aspects des conditions d'utilisation des travailleurs mobiles effectuant des services d'interopérabilité transfrontalière dans le secteur ferroviaire;
2. modification du Code du travail. (3702BJO)

■ Ministère de la Santé

Avant-projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 30 juillet 1994 relatif aux produits cosmétiques. (3672SAN)

Projet de règlement ministériel portant modification de l'annexe II du règlement grand-ducal modifié du 4 mars 1997 concernant les édulcorants destinés à être employés dans les denrées alimentaires. (3679SAN)

Avant-projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 20 mars 1974 concernant certaines substances psychotropes. (3687SAN)

Projet de loi modifiant la loi du 16 juillet 1984 relative aux laboratoires d'analyses médicales. (3698ZCH)

■ Ministère du Développement durable et des Infrastructures

Projet de règlement grand-ducal

- a) déterminant les attributions, la composition et le mode de fonctionnement du comité national de sûreté de l'aviation civile;
- b) abrogeant le règlement grand-ducal modifié du 26 octobre 2001 déterminant les attributions, la composition et le mode de fonctionnement du comité national de sûreté de l'aviation civile. (3673BFR)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 3 février 1998 portant exécution de Directives des C.E. relatives à la réception des véhicules à moteur et de leurs remorques ainsi que des tracteurs agricoles et forestiers à roues. (3694SAN)

Projet de loi concernant certaines modalités d'application et la sanction du règlement (CE) n° 1007/2009 du Parlement européen et du Conseil du 16 septembre 2009 sur le commerce des produits dérivés du phoque. (3697SAN)

Projet de règlement grand-ducal déterminant la composition et les modalités de fonctionnement du comité interministériel en matière d'évaluation des incidences de certains plans et programmes sur l'environnement. (3681WMMR)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 4 juin 2001 portant

- application de la directive 1999/13/CE du Conseil du 11 mars 1999 relative à la réduction des émissions de composés organiques volatils dues à l'utilisation de solvants organiques dans certaines activités et installations;
- modification du règlement grand-ducal modifié du 16 juillet 1999 portant nomenclature et classification des établissements classés.

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 18 janvier 2005 relatif aux déchets des équipements électriques et électroniques ainsi qu'à la limitation d'emploi de certains de leurs composants dangereux.

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 25 janvier 2006 relatif à la réduction des émissions de composés organiques volatils dues à l'utilisation de solvants organiques dans certains vernis et peintures et dans les produits de retouche de véhicules.

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 17 mars relatif aux véhicules hors d'usage. (3701QLU)

■ Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur

Projet de règlement grand-ducal

- portant modification du règlement grand-ducal modifié du 17 novembre 1997 portant fixation des taxes et rémunérations à percevoir;
- en matière de brevets d'invention, en exécution de la loi du 20 juillet 1992 portant modification du régime des brevets d'invention;
- en matière de certificats CEE no 1768/92 du Conseil du 18 juin 1992;
- portant abrogation du règlement grand-ducal du 12 juin 1975 concernant le recouvrement des frais de publications au Mémorial, Recueil administratif et économique. (3674BJO)

Projet de loi

- portant approbation de la Convention pour la répression d'actes illicites contre la sécurité de la navigation maritime, faite à Rome le 10 mars 1988 et du Protocole pour la répression d'actes illicites contre la sécurité des plates-formes fixes situées sur le plateau continental, fait à Rome le 10 mars 1988;

- modifiant la loi du 14 avril 1992 instituant un code disciplinaire et pénal pour la marine. (3682CCH)

Amendement au projet de règlement grand-ducal relatif à la production, la rémunération et la commercialisation de biogaz. (3521bisWMMR)

Projet de règlement grand-ducal relatif au mode et à la procédure d'établissement du rôle des cotisations de la Chambre de Commerce et fixant la procédure de perception des cotisations de la Chambre de Commerce. (3704LLA)

Projet de règlement grand-ducal transposant la directive 2009/17/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2009 modifiant la directive 2002/59/CE du Parlement européen et du Conseil du 27 juin 2002 relative à la mise en place d'un système communautaire de suivi du trafic des navires et d'information, et abrogeant la directive 93/75/CEE du Conseil, et abrogeant le règlement grand-ducal du 10 septembre 2004 transposant la directive 2002/59/CE. (3705CCH)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 27 août 2008 déterminant la composition et le fonctionnement de la commission chargée de l'examen des demandes d'aide en faveur de l'investissement et de la recherche-développement des entreprises. (3706BLU)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 3 février 1992 relatif à la sécurité des jouets. (3707BJO)

■ Ministère de la Sécurité sociale

Projet de règlement grand-ducal fixant les modalités de l'abattement sur la contribution dépendance et sur la contribution de crise. (3678WMMR)

Projets de règlements grand-ducaux d'exécution de la loi du 12 mai 2010 portant réforme de l'assurance accident. (3688ZCH)

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

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 20 juillet 2004 concernant la fixation des caractères minimaux et des conditions minimales pour l'examen de certaines variétés d'espèces de légumes. (3684SAN)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 20 juillet 2004 concernant la fixation des caractères minimaux et des conditions minimales pour l'examen de certaines variétés d'espèces de plantes agricoles. (3685SAN)

Projet de règlement grand-ducal concernant la composition du comité-directeur du Fonds de solidarité viticole. (3686BLU)

Projet de règlement grand-ducal fixant certaines modalités en ce qui concerne les pratiques œnologiques. (3699TAN)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 14 décembre 1994 concernant la mise sur le marché et l'utilisation des produits phytopharmaceutiques. (3700SAN)

■ Ministère de la Justice

Projet de loi portant réforme du mariage et de l'adoption et modifiant:

- a) le Code civil
- b) le Nouveau Code de procédure civile
- c) le Code d'instruction criminelle
- d) la loi modifiée du 16 avril 1979 fixant le statut général des fonctionnaires de l'Etat
- e) la loi modifiée du 24 décembre 1985 fixant le statut général des fonctionnaires communaux
- f) la loi modifiée du 14 mars 1988 portant création d'un congé d'accueil pour les salariés du secteur privé
- g) la loi du 23 octobre 2008 sur la nationalité luxembourgeoise. (3703LCE)

Sociétés commerciales

Le contrôle légal des comptes annuels selon les normes ISA doit être confié à un réviseur d'entreprises agréé

La Chambre de Commerce souhaite porter à la connaissance de ses ressortissants une clarification intervenue suite à l'entrée en vigueur de la loi du 18 décembre 2009 relative à la profession de l'audit qui a modifié l'article 69 (3) de la loi du 19 décembre 2002 concernant le registre de commerce et des sociétés ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises, celui-ci disposant désormais que: «*L'institution des commissaires (...) prévue aux articles 61, 109 et 200 de la loi modifiée du 10 août 1915 concernant les sociétés commerciales est supprimée dans les sociétés qui font contrôler leurs comptes annuels par un réviseur d'entreprises agréé conformément au paragraphe 1**» (* Il s'agit de la mission de contrôle légal des comptes annuels réservée au réviseur d'entreprises agréé).

Il résulte en effet de cette modification que seuls sont autorisés à émettre des rapports d'audit en se référant aux normes ISA (*International Auditing Standards*) les réviseurs d'entreprises agréés.

Par conséquent les rapports rédigés dans le cadre de la fonction de **commissaire** sur base de **l'article 62 de la loi du 10 août 1915** concernant les sociétés commerciales – que ce soit par un commissaire, un réviseur ou encore un réviseur agréé – ne peuvent plus être établis par référence aux dites normes. Les réviseurs (agréés ou non) intervenant en qualité de commissaire sur base de l'article 62 précité devront par ailleurs indiquer clairement dans leur rapport de contrôle que leur mission ne constitue ni un audit selon les normes internationales d'audit ni un examen selon les normes internationales relatives aux missions d'examen de l'information financière et, par conséquent, qu'aucune assurance sur les comptes annuels n'est donnée.

Afin de ne pas augmenter inutilement les frais pour les sociétés souhaitant modifier leurs dispositions en matière de contrôle de comptes pour des raisons d'assurance sur les comptes annuels, en les obligeant le cas échéant à convoquer expressément une assemblée générale, une période transitoire est prévue: les sociétés qui souhaitent substituer à l'institution du commissaire une mission de contrôle légal des comptes annuels confiée à un réviseur d'entreprises agréé (ce qui est possible même en dehors des critères de taille spécifiés à l'article 35 de la loi modifiée du 19 décembre 2002 précitée) pourront le faire au plus tard lors de leur prochaine assemblée générale.

Pour des informations plus détaillées, la Chambre de Commerce se permet de renvoyer à la communication faite sur le site de l'IRE (www.ire.lu) le 9 août dernier («Impact éventuel pour les entreprises de la mise en œuvre de la loi du 18 décembre 2009 relative à la profession de l'audit»)

Action spéciale automne



Sharp MX-2301N
Multifonction couleur

22" PC-TFT-Monitor
Samsung PC2250
offert

Prix de location

89,00€*

Options complémentaires
telles que module de fax,
finisseur, etc. sur demande

Copieur, Imprimante, Scanner,
Serveur de documents

+ Vitesse: 23 ppm en couleur, 23 ppm en noir&blanc + Large écran tactile de 8,1" pour une utilisation simple et conviviale + Capacité papier : 2 cassettes à 500 pages + meuble support + Vitesse de scan de 50 images par minute en n&b et couleur + Accès à distance au panneau de commandes + **Inclus** : chargeur de documents RSPF pour 100 pages, recto-verso, archivage documents, numérisation réseau, impression réseau, première charge toner, impression à partir d'un stick USB, tous les consommables sauf papier

REGLER

Luxembourg SA
Service + Documents

REGLER Luxembourg SA
Service + Documents

14, rue Jean Braun
L-3326 Crauthem

Telefon: +352 271 268-01
Telefax: +352 271 268-02

info@regler.lu
www.regler.lu

REGLER GRUPPE

*Location par mois - durée de la location 60 mois | Inclus 500 pages DIN A4 n/b et 100 pages DIN A4 couleur | Avec contrat de maintenance All-In sur place | Chaque page en n&b supplémentaire: 0,009€/pc | Chaque page en couleur supplémentaire: 0,060€/pc.
*Tous les prix HTVA | La livraison, l'installation et l'introduction - incluses | L'offre est valable jusqu'à épuisement du stock |

Enregistrement des établissements du secteur alimentaire

Le Chambre de Commerce rappelle sur demande du ministère de la Santé que les établissements alimentaires sont obligés de s'enregistrer auprès du Service de la sécurité alimentaire qui gère au Luxembourg le fichier des établissements alimentaires enregistrés.

En effet, toute entreprise ou établissement de la chaîne alimentaire au Luxembourg doit être connu des autorités compétentes. Tout exploitant du secteur alimentaire notifie à l'autorité compétente chacun des établissements dont il a la responsabilité et qui mettent en œuvre l'une des étapes de la production, de la transformation et de la distribution des denrées alimentaires en vue de l'enregistrement d'un tel établissement.

L'entreprise du secteur alimentaire est toute entreprise publique ou privée assurant, dans un but lucratif ou non, des activités liées aux étapes de la production, de la transformation et de la distribution de denrées alimentaires.

L'établissement est toute unité d'une entreprise du secteur alimentaire.

L'exploitant du secteur alimentaire est la ou les personnes physiques ou morales chargées de garantir le respect des prescriptions de la législation alimentaire dans l'entreprise du secteur alimentaire qu'elle contrôle.

La notification en vue d'un enregistrement doit être introduite par l'exploitant selon un formulaire prédéfini. L'exploitant notifie également toute modification des données visées. Il notifie également, si nécessaire, la cessation de l'activité en indiquant la date d'arrêt de celle-ci.

Afin de vérifier la conformité des projets d'établissements alimentaires par rapport à la réglementation alimentaire, le Service de la sécurité alimentaire assure le contrôle des projets d'établissements sur plan ou sur site avant la réalisation des travaux. De cette façon, le respect de toutes les exigences réglementaires est assuré dès le départ.

La liste des activités visées ainsi que le formulaire d'enregistrement peuvent être téléchargés à partir du site www.securite-alimentaire.public.lu. ■



Simplification administrative

Les certificats de non-faillite désormais émis par le RCS

Le ministère d'Etat, Département de la Simplification Administrative, informe que depuis le 5 juillet 2010, le Registre de commerce et des sociétés (RCS) reprend des greffes auprès des Tribunaux d'arrondissement de Luxembourg et de Diekirch l'émission au public de certificats négatifs, dits «certificats de non-faillite».

Le gestionnaire du RCS émet des certificats négatifs concernant la non inscription des différents types de décisions judiciaires à inscrire au RCS conformément aux dispositions de l'ar-

ticle 13, 2) à 11) et 13) de la loi modifiée du 19 décembre 2002 concernant le registre de commerce et des sociétés ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises (ci-après «la loi de 2002»).

Ces certificats sont émis par le gestionnaire du RCS sur base de l'article 21 du règlement grand-ducal modifié du 23 janvier 2003 portant exécution de la loi du 19 décembre 2002 concernant le registre de commerce et des sociétés ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises.

Le gestionnaire du RCS atteste sur ces certificats qu'en date du jour précédant celui de la demande, aucune décision judiciaire n'est inscrite auprès du registre de commerce et des sociétés, en application des articles 13 et 14 de la loi de 2002 précitée, aux termes desquels une personne immatriculée au RCS serait sujette à l'une des procédures judiciaires y visées.

Les certificats négatifs peuvent être commandés au RCS par la seule voie électronique par le biais du site internet du RCS (www.rcsl.lu), selon la même

procédure de passation de commande concernant les extraits ou les certificats de dénomination libre. Les certificats

peuvent être commandés, au choix du demandeur, en langue française ou allemande, au format électronique ou au

format papier munis d'une signature électronique respectivement manuscrite. ■

Les commandes de certificats négatifs sont soumises au paiement de frais administratifs selon le barème ci-joint et sont payables, par avance, à la passation de la commande.

Certificat négatif papier	5,00 €
Certificat négatif papier avec signature	10,00 €
Certificat négatif sous format électronique	4,75 €
Certificat négatif sous format électronique avec signature (*)	9,75 €
(*) : certification conforme résultant de l'apposition par le gestionnaire du RCS d'une signature électronique créée par un dispositif sécurisé de création de signature	

Registre de commerce et des sociétés

Nouveautés sur le site internet du RCS



Depuis le 12 juillet 2010, les utilisateurs peuvent consulter les informations du *European Business Register* (EBR) sur le site Internet du Registre de commerce et des sociétés (RCS). L'EBR est le réseau électronique des registres de commerce de 24 pays européens, membres de ce réseau. Ce réseau a été créé dans le but de délivrer à l'utilisateur les données publiques nationales sur les entreprises, collectées par les

registres de commerce des pays membres du réseau EBR. Le RCS est depuis 2009 fournisseur pour le réseau EBR d'informations concernant les personnes immatriculées auprès du RCS.

Les données communiquées sur une entreprise étrangère sont fournies directement par le registre de commerce dans le ressort duquel l'entreprise est immatriculée et sont basées sur l'information telle qu'elle a été déposée auprès du registre d'immatriculation de l'entreprise. Grâce au réseau de l'EBR, l'utilisateur peut avoir accès de manière uniformisée à l'information officielle de plus de 20 millions d'entreprises, immatriculées auprès d'un registre de commerce dans un des 24 pays européens membres du réseau. Une recherche par le réseau de l'EBR évite de devoir rechercher l'information légale sur les entreprises auprès des différents

registres nationaux. La présentation uniformisée et structurée facilite la compréhension de l'information fournie et évite des problèmes d'interprétation ou de traduction. L'accès aux services fournis par l'EBR se fait à partir du site internet du RCS (www.rcsl.lu) en sélectionnant le menu «EBR» ou en se connectant directement sur le site www.ebr.org.

Parmi les autres nouveautés du site du RCS, il convient de signaler que les déposants peuvent désormais effectuer, par voie électronique sur le site du Registre de commerce et des sociétés (RCS), les dépôts suivants: dénonciation d'une convention de domiciliation, non-renouvellement d'une convention de domiciliation, lettre de démission d'un mandataire, dépôt rectificatif, dépôt complémentaire et modification statutaire/non-statutaire sans réquisition. ■

Portail juridique européen

e-Justice: lancement du guichet unique européen d'information juridique

Un Italien en voyage en Allemagne a besoin d'un avocat. Un entrepreneur français souhaite consulter le registre foncier hongrois. Un juge estonien se pose une question concernant le système judiciaire espagnol. A l'heure actuelle, la recherche de ce type d'informations peut prendre des semaines. Désormais, il suffira d'un clic

pour obtenir une réponse à ces questions dans 22 langues de l'Union européenne. L'UE vient en effet de lancer le portail européen e-Justice (<https://e-justice.europa.eu>), un guichet unique en ligne permettant l'accès à la justice dans toute l'Union. Ce site internet s'adresse aux citoyens, aux entreprises, aux avocats et aux juges qui se posent des questions sur

le droit des Etats membres. Il renforce la compréhension mutuelle des différents systèmes juridiques en contribuant à la création d'un espace unique de justice. Comptant plus de 12.000 pages de contenu, la première version du portail fournit des informations et des liens sur les lois et pratiques en vigueur dans tous les Etats membres. Il s'agit par exemple



Pour Securex, l'épanouissement de vos collaborateurs passe forcément par une administration RH innovante et une gestion rigoureuse des salaires.

Du calcul des salaires au respect des formalités légales liées à la paie, Securex met à votre disposition le plus large éventail de services RH. Nous vous apportons également une assistance auprès de votre administration et vous offrons une formation permanente en gestion RH. Que vous soyez une entreprise locale ou internationale, Securex est votre partenaire de confiance pour tout ce qui touche au management de votre capital humain.

Plus d'infos sur www.securex.lu





d'informations sur l'aide juridictionnelle, la formation judiciaire et la vidéoconférence, et de liens vers des bases de données juridiques, des registres d'insolvabilité et des registres fonciers en ligne. Toutes ces informations juridiques sont désormais accessibles aux plus de dix millions de citoyens qui, chaque année, sont impliqués dans une procédure judiciaire transfrontalière.

Le site s'adresse à trois publics cibles: Premièrement aux citoyens, qui peuvent obtenir des réponses aux questions qu'ils se posent sur le fonctionnement du système juridique de chacun des 27 Etats membres. Ils peuvent également obtenir des réponses rapides

lorsqu'ils sont confrontés à certains événements de la vie, tels qu'un divorce, un décès, un litige, voire un déménagement. Ils peuvent trouver un praticien du droit dans un autre pays et se renseigner sur la manière d'éviter une procédure judiciaire onéreuse en recourant à la médiation, la juridiction compétente, le droit national applicable et les conditions d'octroi de l'aide juridictionnelle. Le portail s'adresse ensuite aux avocats, notaires et juges, qui peuvent accéder à des bases de données juridiques, contacter des collègues au moyen de réseaux judiciaires et obtenir des renseignements sur la formation judiciaire. Ils peuvent également trouver des informations sur l'organisation de vidéoconférences transfrontalières. Finalement, le portail s'adresse aux entreprises, qui y trouveront des liens vers les registres d'insolvabilité et les registres fonciers, ainsi que des renseignements sur la législation applicable et les procédures transfrontalières.

Le contenu du site internet est disponible dans 22 langues officielles de l'UE. Les futures versions du portail rendront également les outils actuels de l'UE en matière de justice plus effica-

ces, en permettant au citoyen d'introduire une demande dans le cadre de la procédure européenne de règlement des petits litiges ou une demande d'injonction de payer en ligne, dans un contexte transfrontalier. Les entreprises verront également leurs coûts réduits grâce à la simplification et à la rationalisation des procédures judiciaires en ligne dès que les registres d'insolvabilité, les registres des sociétés et les registres fonciers seront accessibles via le portail. Les juridictions pourront traiter des demandes transfrontalières en ligne et communiquer avec les requérants et les défendeurs dans une affaire donnée, de même qu'avec les juridictions d'autres Etats membres.

Des avancées notables sont également attendues en matière de résolution des problèmes d'interopérabilité à l'échelon de l'UE en ce qui concerne la signature, l'identité et le paiement électroniques, sans quoi plusieurs projets entrepris dans le domaine de l'e-Justice ne pourraient être pleinement mis en œuvre. Sont notamment concernées l'injonction de payer européenne et la procédure européenne de règlement des petits litiges. ■

Le portail e-Justice peut être consulté à l'adresse <https://e-justice.europa.eu>

Nouvelle parution

La discrimination au travail



Jean-Luc Putz, auteur de l'ouvrage «Harcèlement moral et sexuel», vient de publier aux

éditions Promoculture un nouveau livre sur la discrimination au travail.

L'ouvrage a pour objet d'analyser le phénomène de la discrimination au regard du droit du travail luxembourgeois, du point de vue tant du salarié que de l'employeur. Il s'adresse à la fois aux juristes et aux non-juristes en proposant une analyse approfondie des solutions pratiques, illustrées par des exemples concrets fondés sur la législation et la jurisprudence luxembourgeoises.

Selon les statistiques recueillies sur le terrain, de nombreux salariés s'estiment discriminés au travail. Pourtant, il existe une différence importante entre

la notion intuitive de la discrimination et la notion légale, telle qu'elle figure dans le Code du Travail luxembourgeois. L'objet de cet ouvrage consiste à décrypter, à analyser et à expliquer cette notion légale et à détailler les moyens d'action et procédures permettant d'intervenir pour aboutir à une situation d'égalité exempte de discriminations.

La discrimination est un sujet complexe et en permanente évolution. La loi recourt à des concepts difficiles à définir et à saisir; la jurisprudence en la matière est par ailleurs peu fournie. De nombreuses questions restent donc ouvertes, et l'ouvrage vise à proposer des réponses en développant des raisonnements

et arguments juridiques. Si à de nombreux égards, les problèmes de discrimination ne sont pas différents au Luxembourg de ceux qui existent à l'étranger, il en est autrement pour les aspects juridiques, le droit du travail luxembourgeois présentant certaines spécificités. A

ce jour, il n'existait pas d'analyse de la discrimination focalisant sur le monde du travail, lacune que ce livre se propose de combler.

La combinaison des connaissances scientifiques et de l'art luxembourgeois témoignent de la continuité des Editions

Promoculture. Dans ce but, l'œuvre sur la couverture du livre a été réalisée cette fois-ci par l'artiste peintre luxembourgeois Deny Martine.

Jean-Luc Putz, *La discrimination au travail*, 468 pages au format 160 x 240 mm, ISBN: 2-87974-104-8, est disponible dans les librairies au prix de 69,85 EUR, directement chez l'éditeur: les Editions Promoculture, b.p. 1142, L-1011 Luxembourg – Fax: (+352) 40 09 50
CCP Nr: LU08 1111 0872 3633 0000 ou sur Internet: www.promoculture.lu

T Magazine

Ernst & Young publie une nouvelle revue périodique dédiée à la fiscalité

Ernst & Young est fier d'annoncer la parution de la première édition de sa revue périodique intitulée «T Magazine, Tax insight for business leaders», qui évoque des problématiques et développements fiscaux dans le contexte économique et réglementaire actuel, et apporte un regard éclairé aux entreprises, pour les aider à trouver leur place au sein de ce paysage de plus en plus volatile.

Cette première édition de T magazine révèle les leçons que tirent les sociétés, les Gouvernements et les conseillers d'une sortie de crise. Certains sujets sont

traités plus particulièrement dans cette édition: la communication entre parties prenantes, le paysage en pleine mutation de la gestion des risques fiscale, du paysage après-crise pour les fusions et acquisitions et les changements récents de l'administration fiscale en Afrique. Cette première édition met en lumière le portrait des directeurs fiscaux de grands groupes européens, et inclut une interview du commissaire européen de la fiscalité, de l'Union douanière, de la lutte anti-fraude et de l'audit.

<http://tmagportal.ey1.dedicated.nines.nl/>



Droit des sociétés

Fin du régime Holding 1929

Le Holding 1929 (H29) a longtemps été la structure de référence de la place financière luxembourgeoise. Actuellement, le H29 est en période de transition et au 21/12/2010 ce statut n'existera plus.

Au 31/12/2010, les H29 seront d'office requalifiés en Société de Participations Financières (Soparfi) de droit com-

mun à moins que le détenteur d'un H29 n'ait pris les devants en optant pour une des trois solutions suivantes:

- Transformation volontaire du H29 en Soparfi;
- Transformation du H29 en Société de Gestion de Patrimoine Familiale (SPF);
- Liquidation volontaire.

En cas de questions, veuillez vous adresser à l'Espace Entreprise, Vincent HIEFF (tél.: (+352) 42 39 39-330, e-mail: vincent.hieff@cc.lu).

Réforme de l'assurance maladie

L'UDEL dénonce le projet de relèvement des cotisations patronales



Le ministre de la Santé et de la Sécurité sociale a présenté, le 27 juillet dernier, les grandes lignes de la réforme du système des soins de santé aux organisations patronales. A cette occasion, la délégation de l'UDEL a réitéré ses priorités en la matière, à savoir la limitation de la démographie médicale et en particulier celle de l'afflux de médecins en provenance des régions limitrophes, la réduction du nombre des lits aigus en milieu hospitalier, les synergies hospitalières en Grande Région, la réorganisation des activités des laboratoires, l'augmentation de la transparence financière des actes effectués en milieu hospitalier etc. Les représentants patronaux ont toutefois dû constater que la réforme n'apportera pas de solution adéquate ou n'aborde tout simplement pas ces volets substantiels, indispensables à l'équilibre

financier du système de santé. L'UDEL a encore rappelé les accords tripartites du passé selon lesquels les entreprises ne doivent pas être grevées de charges supplémentaires au titre des cotisations sociales et ce dans un souci de compétitivité de l'économie nationale.

L'UDEL s'est également référée à la réunion du comité quadripartite du 24 mars 2010, lors de laquelle le ministre avait invité les partenaires sociaux à établir un budget en équilibre pour 2011. A cette fin, les représentants des organisations patronales ont, au cours des derniers mois, vainement insisté pour que les paramètres nécessaires à cette tâche soient mis à leur disposition.

Par ailleurs, le ministre, en fixant l'ordre de grandeur tant des participations des assurés et de certains prestataires que des augmentations des recettes

des cotisations, se substitue aux gestionnaires de la CNS, donc aux partenaires sociaux. Cette approche est contraire aux dispositions légales en vigueur concernant l'administration de la CNS et contradictoire par rapport au mandat confirmé expressément par le ministre lors de la réunion du 24 mars.

Pour les organisations patronales, cet état de fait place les partenaires sociaux et gestionnaires de la CNS dans l'impossibilité d'honorer les attributions qui leur reviennent de par la loi. Pire, le relèvement des cotisations sociales patronales annoncé par le ministre est en flagrante contradiction avec les accords tripartites.

Dans ces conditions, l'UDEL a signalé au ministre qu'une collaboration utile de la part des représentants patronaux au sein de la CNS est rendue impossible. Elle a fait appel au ministre pour qu'il adapte dans le cadre de la réforme en cours les textes du Code de la sécurité sociale à la pratique des dernières années. Par voie de conséquence, le financement de la CNS doit à son tour être adapté au nouveau mode de gestion.

Ainsi, la contribution des entreprises au financement des soins de santé s'en verra figée au niveau des cotisations patronales actuellement en vigueur. Le taux de cotisation patronal actuel pourrait, le cas échéant, être intégré jusqu'à concurrence du plafond cotisable dans les salaires bruts des assurés, libérant ainsi les entreprises de toute contribution financière aux soins de santé.

Dans le souci de ne pas détériorer davantage le niveau de compétitivité de l'économie luxembourgeoise, les organisations patronales réfutent toute velléité de relever les charges des entreprises à ce titre, que ce soit par une augmentation du taux de cotisation ou par un déplafonnement partiel ou total des salaires. Pour l'UDEL, le niveau des charges sociales, qui constitue le seul atout en matière de compétitivité-coût de notre économie, ne doit pas être abandonné.

Communiqué par l'UDEL ■

L'échec des discussions tripartites à l'ordre du jour d'une entrevue avec le Premier ministre

Une délégation de l'UEL a rencontré fin juillet le Premier ministre afin de lui présenter des propositions concrètes pour sortir le dialogue social de l'impasse. De l'avis des représentants des employeurs, le dialogue social national, qui est à la base du modèle luxembourgeois, doit être modernisé pour lui permettre de répondre à sa vocation d'instrument de gestion en cas de crise.

■ Le mode de fonctionnement de la tripartite doit être réformé

L'incapacité du Comité de coordination tripartite de procéder à des réformes structurelles par le consensus a mené à une certaine paralysie de l'action politique dont le pays souffre actuellement. Plus grave encore, la compétitivité des entreprises se trouve dégradée notamment par l'adaptation indiciaire des salaires au 1^{er} juillet 2010 et la perspective de la hausse du salaire social minimum au 1^{er} janvier 2011. Dans ce contexte, la délégation de l'UEL a clairement indiqué que la situation compétitive des entreprises ne supportera plus aucune charge nouvelle, et qu'en particulier le niveau des charges sociales patronales ne devra plus être relevé, comme il en a été convenu dans les accords tripartites du passé.

L'UEL a présenté au Premier ministre des pistes susceptibles de réformer le mode de fonctionnement du Comité de coordination tripartite, ainsi que des propositions concrètes devant adapter la législation en vigueur en la matière à la situation de crise actuelle. Les propositions de l'UEL sont à comprendre comme une volonté forte des entreprises de vouloir contribuer au déblocage de la situation et à souligner ainsi leur attachement au modèle luxembourgeois.

■ Une dernière chance pour agir

Le Premier ministre a assuré qu'il étudiera en détail les propositions de l'UEL et a réitéré son souhait que les prochaines négociations tripartites puissent



La délégation de l'UEL (de g. à d.): Roland Kuhn, vice-président, Michel Wurth, président, Ernst-Wilhelm Contzen, vice-président, Norbert Geisen, Michel Rodenbourg, Robert Dennewald, Pierre Bley



Michel Wurth, président de l'UEL, répond aux questions des journalistes

se dérouler dans un esprit d'ouverture et avec la volonté de toutes les parties prenantes de s'investir dans l'élaboration de réformes répondant aux véritables défis qui se posent au pays. Tout en saluant l'approche du Premier ministre, la délégation de l'UEL a fait savoir que dans l'hypothèse contraire, les organisations patronales considéreraient les discussions tripartites comme peu utiles

et demanderaient au Gouvernement de prendre ses responsabilités pour enfin sortir le pays de l'immobilisme, qui en période de crise, est son plus redoutable ennemi.

Communiqué par l'UEL ■

Recommandations en vue d'assouplir le cadre légal régissant l'employabilité des seniors



Dans le cadre d'un projet cofinancé par le Fonds Social Européen, en partenariat l'Institut Universitaire International Luxembourg (IU IL), le Personal Officers Group (POG), le Centre Jean-Baptiste Rock (CJBR) et l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) ont organisé des workshops réunissant, entre autres, des experts en gestion des ressources humaines, tous issus d'entreprises luxembourgeoises, afin de formuler des recommandations sur la thématique de l'employabilité des seniors.

Partant du constat que le vieillissement de la population constituera un défi à relever pour maintenir le système social actuel (point A), les participants ont tenté d'apporter des pistes de réponses à ce défi, et plus particulièrement à la nécessité de maintenir les travailleurs en activité plus longtemps (point B). Les recommandations ont principalement porté sur la nécessité de mettre en place des actions de formation continue pour les seniors dans les entreprises, des initiatives favorisant la transition de carrière et des mesures susceptibles de favoriser la réinsertion des seniors.

A Principaux constats

- Dans un avenir proche, la sécurité sociale dans son ensemble sera soumise aux effets du vieillissement de la population. Ce déficit démographique (...) deviendra un facteur générateur de déficits publics qui sera difficilement gérable pour les générations futures.¹
- Le taux d'emploi des 55-64 ans est relativement faible tant en Europe qu'au Luxembourg. Au dernier trimestre de 2009, le taux d'emploi des 55 à 64 ans dans l'Europe des 27 (UE27) était de 46,1 % et au Luxembourg de 36,7 %. Par ailleurs, il convient de noter que le taux d'emploi diminue fortement dès l'âge de 60 ans. En effet,

¹ La réforme du régime général d'assurance pension – position de l'UEL – juillet 2009 – p. 2

il s'élève à 60,4 % en UE27 et à 53,2 % au Luxembourg pour la tranche d'âges de 55 à 59 ans tandis qu'il tombe à 30,1 % en UE27 et à 16,5 % au Luxembourg pour la tranche d'âge de 60 à 64 ans.²

- Les deux leviers fondamentaux du vieillissement actif sont l'anticipation des carrières relayée par une politique de formation adaptée et continue, ainsi que la prévention de la santé et le développement de conditions de travail propices au bien-être des salariés et donc facteur de performance pour l'entreprise.³

B Quelques pistes de réflexion et de recommandations en matière de maintien et de développement de l'employabilité des seniors

Sur base d'un travail préparatoire réalisé par Maître Stevenot, avocat à la Cour, associé au cabinet Noble & Scheidecker, les participants ont exploré trois pistes possibles pour augmenter le taux d'emploi des seniors et pour maintenir leur employabilité alors que la longévité ne cesse d'augmenter et que les frais liés à cette augmentation ne cesseront eux aussi de s'accroître.

Maintien de l'employabilité des seniors par la mise en place d'actions de formation continue dans les entreprises:

Selon les participants, le *life long learning* permet de développer les compétences sociales et techniques des individus tout au long de leur vie et devrait constituer à l'avenir un élément incontournable dans la vie évolutive des entreprises.

Or, d'après l'expérience des participants au workshop, peu de seniors sont à ce jour impliqués dans les plans de formation annuels mis en place par les entreprises dans le cadre de leur programme de formation continue, souvent parce que, passés un certain âge, soit ils ne se voient pas offrir des perspectives d'évolution de carrière, soit certains d'entre eux ne voient plus l'intérêt de continuer à développer leurs compétences, voire d'en acquérir de

nouvelles, comme leurs collègues plus jeunes. Quelques pistes ont donc été investiguées pour inciter les entreprises à intégrer dans leur plan de formation un certain quota de leurs collaborateurs seniors: lier l'homologation du plan de formation et par conséquent l'octroi de subsides en la matière, à une représentativité des différentes tranches d'âge présentes dans l'entreprise, accorder un bonus supplémentaire aux entreprises qui veillent à intégrer dans la formation continue des seniors selon un quota qui reste à ce jour à définir, sensibiliser les entreprises et l'ensemble des salariés aux avantages du congé individuel de formation (CIF) pour l'acquisition de connaissances et compétences supplémentaires.

Ces quelques mesures incitatives à la formation tout au long de la vie devront idéalement faire l'objet d'une évaluation ultérieure.

Les pistes favorisant la transition de carrière:

Les mesures discutées lors du workshop peuvent être classées selon un double critère: d'une part, incitatives, lorsqu'elles visent à accroître l'intérêt dans l'emploi, ou restrictives, lorsqu'elles tendent à diminuer l'attrait du départ anticipé et, d'autre part, qualitatives ou quantitatives.

Exemples de mesures à la fois incitatives et qualitatives:

- développer la formation en interne ou en externe (développement de l'utilisation du CIF et formation des seniors à l'encadrement des nouveaux salariés);
- améliorer, voire adapter le cadre légal en vue d'une plus grande flexibilité de l'organisation du travail (poste, temps, fonction,...);
- prévoir une obligation pour le salarié d'aviser, avec un préavis minimum, l'employeur de son départ à la retraite afin de permettre une bonne transition. Actuellement, le salarié n'est soumis à aucune obligation d'informer l'employeur de son départ à la retraite. Le délai de préavis devrait être fixé entre 6 mois et un an;

- permettre le transfert du congé parental d'un des parents à l'un des grands-parents toujours en activité dans les mêmes conditions que le congé existant.

Exemples de mesures incitatives et quantitatives:

- rendre plus attractif la possibilité de cumul d'un revenu et d'une retraite anticipée notamment par le relèvement des plafonds qui fixent les limites de ce cumul et par l'ouverture du CDD à de telles hypothèses, ainsi que par l'allongement de la durée de ces CDD;
- permettre des aménagements du temps de travail si possible en préservant le salaire: possibilités de rachat de congés, de crédits-temps 5 ans avant le départ en retraite,...;
- favoriser le recours au régime de préretraite progressive, voire le modifier pour le rendre plus attractif (exemple: assouplir les conditions d'embauche compensatoire). Cela pousserait les entreprises à l'embauche. Cela les inciterait à utiliser davantage ce système pour faciliter la transition entre le nouveau collaborateur et le senior. Cela permettrait au senior en fin de carrière de continuer à exercer une activité dans l'entreprise encore pendant plusieurs années avec un temps de travail réduit.

Exemple de mesure restrictive:

- augmenter le nombre de mois nécessaires pour pouvoir bénéficier de la pension anticipée.

Les mesures susceptibles de favoriser la réinsertion professionnelle des seniors:

Pour les seniors hors du marché du travail: selon les participants, la réinsertion professionnelle des seniors demandeurs d'emploi pourrait être favorisée par un double accompagnement réalisé par des experts conseillers emploi en matière de formation et d'orientation professionnelle. Les demandeurs d'emploi bénéficieraient de conseils en vue

² Chiffres tirés du site internet d'Eurostat http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/employment_unemployment_ifs/data/database (données disponibles au 6 juillet 2010)

³ Emploi des salariés âgés: d'une obligation à un management durable des ressources humaines, Université Paris Dauphine, 2008 - 2009, p. 9

de les aider à mieux cerner leurs portefeuilles de compétences individuelles et aussi d'explorer leurs compétences «en jachère». L'identification de ces talents cachés, ainsi que leur développement, pourrait permettre aux personnes en recherche d'emploi de rebondir dans leur vie professionnelle et d'embrasser une carrière qu'ils n'avaient pas envisagée jusqu'alors. Afin donc de confirmer certains choix professionnels nouvellement posés, ainsi que leur nouvelle perspective de carrière, il serait intéressant de donner à ces personnes la possibilité

de tester leurs compétences fraîchement identifiées via des stages en entreprise et de leur permettre également d'acquérir une expérience dans leur nouveau domaine de compétences. Les demandeurs d'emploi devraient dans ce contexte être informés des domaines d'activité en demande de main d'œuvre au Luxembourg et dans la Grande Région vers lesquels ils pourraient particulièrement choisir de s'orienter.

Pour les seniors encore présents dans l'entreprise, mais en partance vers d'autres horizons: dans le cadre

de plans comportant des licenciements, il serait judicieux d'inviter, voire d'obliger les entreprises à déployer pour la cible concernée des mesures d'outplacement, éventuellement avec un soutien financier des autorités compétentes.

La procédure d'outplacement pourrait être complétée par des formations individualisées tandis que la participation à ces formations pourrait donner droit pour les personnes concernées à certaines facilités (exemples: au niveau des indemnités de chômage ou des primes de formation). ■

HORESCA

François Koepp nouveau secrétaire général



Le conseil d'administration de l'HORESCA a retenu la candidature de François Koepp au poste de secrétaire général. Agé de 48 ans, marié et père de trois enfants, François Koepp prendra ses fonctions à la fin de l'année et remplacera Jean J. Schintgen qui a annoncé vouloir profiter de sa retraite à partir de décembre.

François Koepp est diplômé de l'Ecole hôtelière de Diekirch. Après ses études, il a débuté sa carrière professionnelle en aidant ses parents dans l'exploitation de l'hôtel Delta à Luxembourg.

L'Hôtel Delta ayant été cédé récemment, François Koepp pourra se consacrer entièrement à sa nouvelle fonction au sein de la fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché.

Actuellement, François Koepp occupe un certain nombre de postes dans diverses organisations. Il est, entre autres, membre élu de la Chambre de Commerce, membre du conseil d'administration du LCTO, membre de la commission d'examen du Lycée technique hôtelier et du Lycée technique de Bonnevoie pour la formation de cuisinier.

Parmi les dossiers prioritaires, François Koepp a annoncé vouloir s'attaquer à différents problèmes comme la disparition des bistrotts de village, la maîtrise des coûts énergétiques, la succession d'entreprises, tout en essayant d'éviter des nouvelles restrictions dans les domaines du tabac et de l'alcool. ■

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/dépuis 1879

Creditreform

Unternehmen Sie nichts ohne uns



Fumeur et non-fumeur: à chacun son autocollant

Avec son dernier magazine, l'HORESCA a envoyé à chaque lecteur une série d'autocollants qui ont pour but de faciliter l'indication des endroits fumeurs et non-fumeurs dans un café ou dans un restaurant. Les images ont pour but d'indiquer dans un langage humoristique une éventuelle interdiction ou autorisation de la cigarette, le tout, sans heurter la susceptibilité de certains clients.

L'interdiction de fumer dans les restaurants a suscité de nombreuses réactions auprès des exploitants. Et même si la majorité des Luxembourgeois acceptent aujourd'hui cette disposition, comme l'étude de l'institut CNS-Ilres l'a démontré au début de cette année, une interdiction de fumer dans les bistrotts serait plutôt mal accueillie par la population (voir la même étude qui est disponible sur le site www.horesca.lu). Le café est en effet perçu comme un endroit de liberté dans lequel on a toujours eu le droit d'allumer sa cigarette sans que cela ne gêne personne.

Mais cela n'empêche pas les cafetiers qui le désirent d'interdire la cigarette dans leur établissement ou dans une partie de leur bistrot. Les restaurateurs, d'un autre côté, peuvent sous certaines conditions, permettre à leur

clientèle de fumer dans une salle à part sachant qu'il faut respecter des critères bien définis.

Afin de faciliter cette coexistence entre fumeurs et non-fumeurs, l'HORESCA propose des autocollants qui indiquent clairement où la cigarette est tolérée et où elle ne l'est pas.

Dans un style humoristique avec des dessins de l'artiste Roger Leiner, ces images sont aussi censées dédramatiser une éventuelle hostilité entre les deux camps qui ne doivent pas s'affronter, mais se respecter mutuellement. Le café est en effet un endroit convivial où jeunes et moins jeunes peuvent se retrouver pour boire un verre ensemble, discuter et s'amuser en toute liberté.

Un autocollant indique que fumer est autorisé, un autre que fumer est interdit et un troisième indique les heures d'interdiction de la cigarette pour les bistrotts qui servent des repas.



Les cafetiers et restaurateurs, membres de l'HORESCA, peuvent aussi en demander quelques exemplaires gratuits de plus, jusqu'à épuisement du stock, en appelant le bureau de l'HORESCA
Tél.: (+352) 42 13 55

clc

Une «Luxembourg Shopping Map» nouvelle version

La clc vient de rééditer la «Luxembourg Shopping Map», entièrement revue au niveau de la présentation et du contenu. Cette carte a été réalisée dans le cadre du programme «Luxembourg, Pôle de Commerce de la Grande Région» mené par la clc en collaboration avec la Fédération des Arti-

sans et l'HORESCA. Elle reprend sur le fond d'une carte routière les principales villes, ainsi que les zonings et centres commerciaux au Luxembourg.

En vue de la distribution de cette carte, l'équipe du programme a fait appel aux principaux acteurs dans le secteur du tourisme, tels que les hôtels,

campings, offices de tourisme, bureaux d'accueil locaux, etc. Elle sera également intégrée dans le circuit de distribution de l'Office National du Tourisme et disponible sur les foires touristiques à l'étranger. Gratuite, elle est éditée à 75.000 exemplaires.

PROFIL

Claude Kremer nouveau président



Lors de sa réunion du 8 juillet 2010, le Conseil d'administration de la Fédération des Professionnels du secteur financier (PROFIL) a élu, à l'unanimité, Claude Kremer, président de l'Association Luxembourgeoise des Fonds d'Investissement

(ALFI), à la présidence de PROFIL. Claude Kremer prend la succession de Jean Meyer, ancien président de l'Association des Banques et Banquiers Luxembourg (ABBL), qui avait présidé PROFIL depuis le mois de juillet 2007 et qui avait mis à disposition son mandat d'administrateur de PROFIL avec effet au 30 juin 2010.

Le Conseil a remercié Jean Meyer pour le travail précieux qu'il a réalisé au cours de sa présidence, dont notamment l'élargissement progressif de PROFIL et la création, en partenariat avec le Gouvernement, de l'agence pour le développement de la place financière Luxembourg for Finance (LFF).

Ce 8 juillet dernier, le Conseil d'administration de PROFIL s'est donné également deux nouveaux vice-présidents à savoir Ernst Wilhelm Contzen, président de l'ABBL, et Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce.

Créée en 2000 pour assurer la promotion de l'image de la place financière et la coordination des activités d'intérêt commun aux professionnels du sec-

teur, PROFIL est aujourd'hui l'institution dans laquelle le secteur financier regroupe les ressources qu'il met à disposition de Luxembourg for Finance et au sein de laquelle les acteurs de la place se concertent sur les orientations à donner à l'agence pour le développement de la place financière.

Le Conseil d'Administration de PROFIL se compose désormais comme suit:

Claude Kremer, président (ALFI); Ernst Wilhelm Contzen, vice-président (ABBL); Pierre Gramegna, vice-président (Chambre de Commerce); Franz Prost, trésorier (OEC); Nicolas Buck (PSF/S); Jean-Marc Fandel (CETREL); Marc Glesener (ALPP); Paul Hammelmann (ACA); Charles Kaufhold (Barreau); Pierre Krier (IRE); Michel Maquil (Bourse de Luxembourg); Jean-Jacques Rommes (ABBL); Carlo Schleser (LIMSA); Philippe Seyll (CLEARSTREAM); Carlo Thill (Chambre de Commerce); Camille Thommes (ALFI).

ALIAI

Nouveaux projets en vue

L'Association Luxembourgeoise des Ingénieurs, Architectes et Industriels (ALIAI), présidée depuis avril 2010 par Marc Solvi, directeur général de Paul Wurth S.A., a multiplié, au cours des mois passés, les efforts pour se doter des moyens de communication efficaces permettant d'augmenter la visibilité de l'Association et d'améliorer l'information envers ses membres. Dans cette optique, toute une série de nouveaux projets ont vu le jour et sont prévus pour l'avenir. Ainsi, le format de la Revue Technique Luxembourgeoise, magazine trimestriel qui s'adresse aux membres de l'ALIAI, a été radicalement revu quant au fond et à la forme. «En publiant des articles plus

courts et plus illustrés, dont la qualité est toutefois maintenue à un niveau très élevé, explique Michel Petit, rédacteur en chef, nous rendons notre principal outil de communication plus attrayant et espérons atteindre un lectorat plus large». Cette volonté de produire une revue plus professionnelle a aussi amené les responsables à conclure un certain nombre de partenariats avec des acteurs du monde industriel, économique et scientifique. La création d'un site internet spécialement dédié à la Revue Technique Luxembourgeoise (www.revue-technique.lu) contribuera certainement à en élargir la diffusion et parallèlement à la Revue Technique, l'ALIAI publiera deux fois par an un Cahier Scientifique

qui regroupe des exposés techniques, hautement spécialisés. Cette initiative a pu se réaliser grâce à une collaboration étroite avec le Fonds National de la Recherche Luxembourg (FNR). En concertation avec les associations membres, l'ALIAI annonce l'organisation de cycles de conférences portant sur des sujets d'actualité et d'intérêts spécifiques de l'ALIAI. Cette initiative, qui a reçu le soutien de la Ville de Luxembourg, est destinée à faire connaître le savoir-faire de ses membres architectes, ingénieurs, scientifiques et industriels au grand public.

Pour Marc Solvi, président de l'ALIAI, ces mesures en matière de communication appuient la vocation de

EN BREF



LuxTrust
Un token gratuit offert aux utilisateurs

L'autorité de certification LuxTrust offre gratuitement sur son site Internet www.luxtrust.lu et via les grandes banques de la place financière le token nécessaire à la sécurisation des transactions électroniques. Le token est le nouvel outil de signature électronique proposé par LuxTrust. Lors de l'accès aux comptes en ligne, il offre un niveau de sécurité supplémentaire pour s'identifier et limite les risques d'utilisation frauduleuse. Il suit le possesseur partout et est utilisable sur d'autres sites sécurisés pour effectuer, par exemple, sa déclaration d'impôts. LuxTrust rappelle aux nouveaux utilisateurs que l'activation du token doit être faite dans les 60 jours de sa réception pour éviter sa mise hors service. Une procédure d'activation simplifiée a été mise en place sur le site www.activate.lu.



Laboratoires Ketterthill
Accueil d'une délégation du ministère de la Santé français

Le 5 août 2010 les laboratoires Ketterthill ont eu l'honneur d'accueillir une délégation de 4 personnes du ministère de la Santé français et de la Caisse Nationale d'Assurance Maladie, incluant Vincent Houdry, conseiller technique «produits de santé et biologie» de Roselyne Bachelot, ministre de la Santé. A l'occasion de cette visite, les laboratoires Ketterthill ont présenté le fonctionnement global de la biologie médicale à Luxembourg tant dans le secteur privé que dans le secteur public ainsi que les démarches qualité d'accréditation ISO15189 et les développements réalisés dans les services proposés aux patients et aux médecins.



P&T
16.000 € pour les projets de Caritas au Soudan

A l'occasion du Postlaf du 14 mars 2010, la Lafsektioun de l'Amicale des P&T et Caritas Luxembourg ont réitéré leur collaboration «Sport et Solidarité». Comme ce fut déjà le cas en 2007, 2008 et 2009, les participants au Postlaf 2010 ont pu, moyennant un don, soutenir les projets d'aide de Caritas Luxembourg au Soudan, l'un des pays les plus pauvres de la planète et victime l'an dernier d'une terrible sécheresse. Le directeur général de P&T, Marcel Gross, a récemment remis au président de Caritas Luxembourg, Erny Gillen, un chèque de 16.000 euros en présence des membres des directions de P&T, de Caritas Luxembourg, de l'Amicale de P&T et de sa Lafsektioun. Grâce à l'effet multiplicateur du régime de cofinancement de l'Etat luxembourgeois, Caritas Luxembourg pourra intensifier ses projets d'aide dans le sud du Soudan et plus particulièrement la lutte contre la sous-alimentation et le développement de l'agriculture via la distribution d'aliments et de semences ainsi que moyennant des formations spécifiques.



Rotarex
Red Dot Design Award 2010 pour Alpinox

Rotarex/Ceodeux Meditec a remporté avec son nouveau produit «Alpinox» le premier prix dans le prestigieux concours de design «red dot award», et ce dans la catégorie «product design – best of the best 2010» pour le secteur de la médecine et des sciences de la vie. «red dot design award» est le plus grand et le plus prestigieux concours international dans le domaine du design industriel. Avec son premier prix pour le régulateur de pression «Alpinox» dont le design a été signé par Marc Henry Kerger et Morgan Lamiable, Rotarex/Ceodeux Meditec se classe à côté des plus grands groupes en design industriel, tels que Bosch, Honda, Mercedes Benz, Apple, Dell ou encore Dyson. Pour plus d'infos: www.red-dot.de.

Banques

Le Siège de la Banque de Luxembourg prolongé par un nouveau bâtiment



Le bâtiment de la Banque de Luxembourg sera prolongé à l'angle du boulevard Royal et de l'avenue Emile Reuter

Seize ans après avoir inauguré son Siège au 14 boulevard Royal, la Banque de Luxembourg se réjouit de pouvoir franchir une nouvelle étape importante de son développement au travers de la construction d'un immeuble sur le terrain contigu, à l'angle du boulevard Royal et de l'avenue Emile Reuter. Ce bâtiment permettra à la banque de regrouper sur un seul et même site, au cœur de la ville, l'essentiel de ses équipes commerciales. Les services administratifs resteront quant à eux logés à Howald, dans le centre construit il y a 25 ans. Entouré d'espaces verts aménagés et bénéficiant d'un restaurant d'entreprise de qualité, il a lui aussi été récemment modernisé.

La conception de la nouvelle extension au Boulevard Royal a été confiée à l'association Arquitectonica (Miami) – Christian Bauer & Associés (Luxembourg). Le fondateur d'Arquitectonica, Bernardo Fort-Brescia, fut en 1994 déjà l'auteur du Siège de la Banque, qui a

depuis marqué de son empreinte la physionomie du boulevard. Intéressée de longue date par cet emplacement, la Banque de Luxembourg n'a pu s'en porter acquéreur qu'en août 2009, après qu'il eut changé de mains à plusieurs reprises et que la construction d'un premier objet destiné à une promotion immobilière y ait débuté. Les ajustements requis par la nouvelle vocation de l'immeuble et par l'architecture retenue ont pu démarrer au printemps de cette année. Le gros-œuvre sera achevé d'ici la fin de l'année, tout comme les trois passerelles et deux tunnels qui relieront les deux bâtiments. L'année 2011 sera consacrée aux parachèvements et les premières équipes devraient pouvoir emménager début 2012. L'immeuble comptera 7 étages en surface et 4 en sous-sol pour une surface totale de quelque 7.000 m² hors sol. Il accueillera 250 collaborateurs dans un premier temps. Le rez-de-chaussée du nouvel immeuble sera principalement

consacré à une agence dédiée à la clientèle luxembourgeoise.

Cet important investissement de l'ordre de 75 millions d'euros fait suite à celui, à hauteur de 70 millions d'euros, récemment consenti dans le cadre du renouvellement de son outil informatique. Tous deux témoignent de la bonne

santé de la Banque de Luxembourg et de sa confiance dans le développement de ses activités au service d'une clientèle locale et internationale d'investisseurs particuliers, de familles et d'entrepreneurs auxquels elle apporte des solutions d'épargne, de gestion et de financement. ■

Postdienstleistungen

P&T Luxembourg passt Tarife zum 1. September 2010 an

Aufgrund der anhaltenden Kostenerhöhungen seit den letzten Tarifänderungen (1.8.2003: Änderung der Inlandstarife; 1.8.2005: Änderung der Auslandstarife) und in dem Bestreben, die Qualität der Postdienstleistungen auf einem Niveau zu halten, das europaweit zu den höchsten zählt, sieht sich das Luxemburger Postunternehmen gezwungen, seine Tarifgestaltung zum 1. September 2010 anzupassen.

Um die Transparenz und Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen, werden die zwei gegenwärtigen Gewichtskategorien (0-20 g und 20-50 g) zu einer einzigen Kategorie zusammengefasst (0-50 g).

Dies gilt sowohl für Inlands- als auch für Auslandssendungen. Gemäß den Bestimmungen des geänderten Gesetzes vom 15. Dezember 2000 über die Postdienstleistungen hat das Institut Luxembourgeois de Régulation (ILR) diese Zusammenfassung der Kategorien sowie die neuen, für die Gewichtskategorie 0-50 g geltenden Posttarife, genehmigt.

Bei den Inlandsbriefen beträgt der Tarif für einen Standardbrief der neuen 1. Gewichtskategorie (0-50 g) künftig 0,60 €. Dieser neue Tarif entspricht einer Erhöhung für Sendungen bis zu 20 g (derzeitiger Tarif: 0,50 €) und einer Verringerung für Sendun-



EN BREF

ArcelorMittal

Performance Excellence Awards 2009

ArcelorMittal a annoncé, dans le cadre de la Convention des Cadres Dirigeants du Groupe tenue à Chicago (Etats-Unis), les gagnants de l'édition 2009 des Performance Excellence Awards (PEA). Créé en 2007 en hommage à l'excellence et l'innovation présentes dans l'ensemble du Groupe, ce concours comprend six catégories différentes. Dans la catégorie «Satisfaction Clients», c'est l'équipe ArcelorMittal «Commercial Rails, Piles and Special Sections» qui est sortie triomphante de cette édition des PEA, dûment récompensée pour ses palanches fabriquées au Luxembourg, qui contribuent à la protection de la ville historique de Venise contre les risques d'inondation.



LeasePlan

Renouvellement de la certification ISO 9001 version 2008

LeasePlan, le leader du marché européen de la gestion de véhicules et de parcs automobiles, vient d'obtenir le renouvellement de sa certification ISO 9001: 2008, délivrée par la société ESCEM asbl (European Society for Certification of Management Systems), organisme de certification privé et indépendant. L'organisme certifie que le système de management de la qualité de LeasePlan Luxembourg a été évalué et jugé conforme aux exigences de la norme ISO 9001: 2008. Ce label de qualité constitue, pour les clients, la garantie d'une qualité de service constante et durable. Certifié ISO 9001 depuis 1999, LeasePlan s'est engagé dans une démarche de satisfaction continue du client. La société a depuis élaboré une politique qualité qui s'appuie sur une identité forte, partagée avec l'ensemble des collaborateurs.



Peintures

Robin S.A.

Production de peinture par des élèves

Sur initiative de leurs instituteurs Jean-Claude Bachstein et Jill Kayser, des élèves du Nordstad-Lycée se sont récemment rendus dans l'usine des Peintures Robin à Useldange. Il s'agit de la classe 10° X0PE1 dans laquelle sont formés les futurs peintres. Les apprentis ont pu participer à la production d'un lot de peinture de dispersion intérieure. Cette expérience permet une meilleure compréhension de la fabrication de peintures et laques et s'avère donc importante dans le cursus d'un peintre en formation. A la fin, chaque élève a reçu un litre de peinture dans une boîte personnalisée. Pour Gérard Zoller, directeur du groupe Robin S.A., il est essentiel que l'entreprise coopère avec les écoles professionnelles afin de contribuer à une meilleure éducation. Le plus grand producteur luxembourgeois de peinture entretient d'excellentes relations avec plusieurs écoles et fédérations patronales et souhaite continuer à assumer sa responsabilité sociale.



Deloitte

Luxembourg

Soutien à la Croix-Rouge luxembourgeoise

Dans le cadre de son partenariat avec la Croix-Rouge luxembourgeoise, Deloitte S.A. a contribué à la récolte de dons: 3 € pour chaque kilomètre parcouru par l'équipe Croix-Rouge-Deloitte lors du dernier ING Marathon. Composée de 158 marathoniens, cette dernière a récolté 8.157 €. 84 employés de Deloitte Luxembourg et 74 coureurs de la Croix-Rouge luxembourgeoise ont ainsi pris part à cet événement qui couvrait une distance totale de 2.719 km. Le chèque de 8.157 € a été remis à Marc Crochet, directeur des opérations de la Croix-Rouge luxembourgeoise, par Olivier Maréchal, Partner chez Deloitte Luxembourg. Deloitte soutient régulièrement la Croix-Rouge sur une grande variété d'initiatives dans le cadre de son programme de responsabilité sociale.



EN BREF

www.luxaircargo.lu
LuxairCARGO vient de lancer son nouveau site Internet

Dans un secteur fortement marqué par la crise et de plus en plus concurrentiel, la communication est un outil de choix pour consolider sa position et conquérir de nouvelles parts de marché. Dès le début de la crise, LuxairCARGO a

misé sur la communication pour mettre en valeur ses compétences et la qualité de ses services, reconnues sur le plan international. C'est dans cet esprit que LuxairCARGO vient de lancer son nouveau site Internet, **www.luxaircargo.lu**, qui va contribuer à renforcer sa présence. En quelques clics, les professionnels du transport et de la logistique, ou simples visiteurs, trouveront toutes les informations relatives au savoir-faire, aux infrastructures et aux services proposés par LuxairCARGO. Le nouveau site devra contribuer à acquérir de nouveaux clients, ce qui permettra à LuxairCARGO de conforter sa position qui fait de l'aéroport de Luxembourg la 5^e plate-forme de fret aérien en Europe.



gen mit einem Gewicht von 20 bis 50 g (aktueller Tarif: 0,70 €). Bei den Briefen ins europäische Ausland beträgt der Tarif für einen Standardbrief der neuen 1. Gewichtskategorie künftig 0,85 €. Dieser neue Tarif entspricht einer Erhöhung für Sendungen bis zu 20 g (derzeitiger Tarif: 0,70 €) und einer Verringerung für Sendungen mit einem Gewicht von 20 bis 50 g (aktueller Tarif: 1,00 €). Bei den Briefen in außereuropäische Länder beträgt der Tarif für einen Standardbrief der neuen 1. Gewichtskategorie künftig 1,10 €. Dieser neue Tarif entspricht einer Erhöhung für Sendungen bis zu 20 g (derzeitiger Tarif: 0,90 €) und einer Verringerung für Sen-

dungen mit einem Gewicht von 20 bis 50 g (aktueller Tarif: 1,40 €).

Die Preise für die Versendung eines Nicht-Standardbriefs oder eines großformatigen Briefs, von Paketen und für sonstige Sonderdienste (z. B. registrierte Sendungen) werden ebenfalls angepasst. Die Tabelle mit den neuen Tarifen erhalten Sie in den Postämtern, oder Sie können sie unter **www.pt.lu** einsehen.

Premier semestre 2010

Aéroport de Luxembourg: confirmation de la hausse de trafic au départ du Findel



A l'Aéroport de Luxembourg, la baisse des revenus opérationnels en avril 2010, conséquence de l'arrêt du trafic aérien en raison du nuage de cendres, a pu être compensée par un début de haute saison encourageant

Les six premiers mois de l'année 2010 ont été satisfaisants en termes de fréquentation du site

aéroportuaire. En témoignent les chiffres du trafic passagers, progressant de 0,9 % pour les mois de janvier à juin

2010 avec 716.944 passagers contre 710.608 passagers enregistrés au cours du 1^{er} semestre 2009. Cette progres-

sion aurait pu atteindre une hausse de 3,5 % par rapport au premier semestre 2009 si l'on exclut le mois d'avril, seule baisse à noter depuis le début de l'année par rapport à 2009 (-17 %), au cours duquel le trafic aérien avait été fortement perturbé en raison du nuage de cendres dégagé par le volcan islandais. Cette augmentation se ressent également pour le trafic de fret, le nombre de tonnes de fret traitées étant en progression de 15,6 % en moyenne pour les six premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2009 avec 346.393 tonnes en 2010 contre 299.512 tonnes l'année précédente.

Concernant la saison estivale, l'aéroport de Luxembourg connaît un très bon début de saison, le mois de juillet 2010 affichant de meilleurs résultats que l'année précédente avec 177.852 passagers, soit une augmentation de 8,5 %. C'est ainsi que le nombre de passagers en juillet 2010 atteint pratiquement celui du mois de juillet 2008, avant la crise économique

mondiale. La mise en exploitation de 500 places de parking supplémentaires aménagées début 2010 s'est par ailleurs révélée efficace dès le début de cette saison estivale, en permettant de gérer au mieux l'affluence des nombreux passagers partant du Luxembourg depuis le mois de juillet 2010.

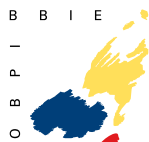
Cette tendance à la croissance du trafic devrait se poursuivre jusqu'à la fin de la haute saison, grâce à une offre étoffée de 38 destinations LuxairTours et de 36 destinations régulières pour la saison été 2010. Cette année comme la précédente, 11 compagnies aériennes et 8 en vols partenaires assurent la desserte de l'aéroport de Luxembourg. L'amélioration sensible du trafic de passagers lors de ce premier semestre 2010 a un impact positif sur les revenus de la société, avec des revenus d'exploitation de l'ordre de 16,7 millions d'euros, ceux-ci étant supérieurs aux prévisions. La mise en exploitation de la cinquième passerelle et l'arrivée de nouvelles compagnies aériennes desservant

l'aéroport permettent à lux-Airport de générer des revenus supplémentaires provenant notamment des redevances aéroportuaires ainsi que de l'utilisation des infrastructures.



“En trois ans, j’ai monté une entreprise florissante qui bénéficie d’une excellente réputation dans la région. Mais ma marque n’était pas enregistrée. Jusqu’à ce que je réalise combien ma marque pouvait valoir en termes de ‘goodwill’! C’est pour cette raison que j’ai déposé ma marque.”

En enregistrant votre marque, vous la mettez à l’abri et vous vous donnez les moyens d’empêcher son usage par des tiers. Pour le Benelux, il faut vous adresser à l’Office Benelux de la Propriété intellectuelle. Sur le site www.boip.int vous trouverez toutes les informations au sujet de l’enregistrement des marques et vous pouvez directement y entreprendre les démarches de dépôt. Vous pouvez aussi nous téléphoner au 8002 5383 (depuis le Luxembourg).



OFFICE BENELUX
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE



**Derrière chaque
marque, il y a un
entrepreneur avec
une bonne idée**

Le succès d’une
entreprise commence
par l’enregistrement

Certification qualité

Goeres Horlogerie se voit décerner le label «ServiceQualité Lëtzebuerg»



Goeres Horlogerie (de g. à d.): Robert Goeres, Dominique Libert, Michèle Theisen, Catherine Glod

Pour tout prestataire de services, la qualité des prestations fournies occupe une place particulièrement importante dans son activité. Ceci compte aussi et surtout dans le commerce de détail, en particulier dans le segment haut de gamme. Robert Goeres en est convaincu; lorsque l'on commercialise des produits prestigieux, ceux-ci doivent s'accompagner d'un service adéquat et d'une attention appropriée à l'égard de la clientèle. Pour lui, il est donc primordial de contrôler constamment la qualité des prestations tout en veillant à la renforcer et à l'améliorer en permanence. «La qualité est l'atout décisif en matière de services», résume-t-il. Avec un tel point de vue, il n'est pas surprenant que l'établissement Goeres Horlogerie, située Rue Philippe II, à Luxembourg, soit le premier commerce de détail à se voir décerner le label «ServiceQualité Lëtzebuerg». «Nous nous soumettons volontiers à ce type de contrôles, afin de pouvoir nous améliorer dans l'intérêt du client», déclare

Robert Goeres. «Même si une entreprise fait preuve de beaucoup d'autocritique pour vérifier que ses propres services ne présentent pas d'éventuelles faiblesses, il reste très intéressant d'associer des personnes extérieures pour s'en assurer.» En plus du «ServiceQualité Lëtzebuerg», Goeres Horlogerie s'oblige à respecter les principes du «Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité (MLQ)» et de l'«Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (INDR)».

Qu'est-ce que le management de la qualité? Quelles sont les normes de qualité qui peuvent être mises en place? Comment faire pour susciter sans cesse l'enthousiasme des clients? Autant de questions que l'entreprise s'est posées dans le cadre de la certification «ServiceQualité Lëtzebuerg». Mais elle a aussi passé au crible ce qui peut être amélioré et cherché à assurer un traitement parfait des plaintes. Des «chaînes de service» ont permis d'analyser les procédures de travail internes et

de définir des normes. En devenant le premier commerce de détail à porter le label de qualité de l'organisme indépendant «Europäisches Tourismus Institut (ETI)», Goeres Horlogerie a ouvert une voie qui suscite assurément l'attention.

Le label de qualité «ServiceQualité Lëtzebuerg» est le fruit d'une initiative menée à l'échelle nationale par le ministère du Tourisme. Un programme de qualité a été créé à cet effet. Inspiré du label de qualité éprouvé du tourisme suisse, il comprend trois niveaux. L'accent n'est pas mis sur l'équipement et les infrastructures, mais sur les personnes et les procédures de travail. Outre le directeur Robert Goeres, ce sont donc tous les collaborateurs de Goeres Horlogerie qui peuvent être fiers d'offrir à leurs clients une qualité de service vérifiée et sanctionnée par ce label.

Staff



everest.lu

Première entreprise luxembourgeoise de
Travail Temporaire certifiée OHSAS 18001*.
Staff. Encore et toujours du concret.

* santé et sécurité au travail

2 Agences | **8** Ans de Croissance | **700** Entreprises Clientes | **500** Personnes au Travail

Agence **INDUSTRIE**
& **TERTIAIRE**

Rue de la Libération, 29
L - 4210 Esch-sur-Alzette

☎ (+352) 26 54 29-1

☎ (+352) 26 54 29-99

Agence **BÂTIMENT**
& **TRAVAUX PUBLICS**

Rue de la Libération, 37
L - 4210 Esch-sur-Alzette

☎ (+352) 26 53 39-1

☎ (+352) 26 53 39-99

INTERIM & RECRUTEMENT

contact@staff.lu www.staff.lu

5 étoiles pour le nouvel hôtel «Le Place d'Armes»



tempo-team

interim | inhouse services | search & selection | hr services | professionals



Tempo-Team
une approche alternative de l'intérim,
du recrutement et des services.

Tempo-Team Luxembourg S.A.
5, place de la Gare,
L-1616 Luxembourg
Tel: +352 49 98 70
Fax: +352 40 49 59

www.tempo-team.lu

Le début de la saison d'affaires 2010 sera marqué par le lancement en plein cœur de la ville de Luxembourg de l'hôtel de luxe «le Place d'Armes», un hôtel 5 étoiles conçu dans la plus pure tradition du service hôtelier haut-de gamme alors que sa décoration, son style et son environnement en font un produit d'exception. Aménagé sur le site de l'ancienne imprimerie «Beffort», l'hôtel est composé de 7 bâtiments dont le premier date du 18^e siècle. Ces bâtisses sont reliées entre elles et forment un ensemble architectural de grande valeur esthétique. Traverser «Le Place d'Armes», c'est passer de la Place à la Grande-Rue en découvrant une succession de styles et d'ambiances.

Derrière la façade se cachent cours intérieurs et terrasses. L'ensemble a été rénové et repensé dans les moindres détails et dans le plus pur respect des matériaux. Le service des Sites et Monuments a suivi le projet depuis sa création en 2003 et c'est dans ce lieu chargé d'histoire que l'hôtel entend contribuer au rayonnement touristique de la capitale.

Les 28 chambres et suites de l'hôtel ont été décorées et personnalisées

grâce au talent de l'équipe du magasin de décoration d'intérieur «Création d'Ambiances» à Luxembourg. Ce sont principalement des firmes locales qui ont participé à ce projet d'envergure, qui fut supervisé par le bureau d'architecture et d'urbanisme Jean Beck. Une attention particulière a été apportée aux services hôteliers, à l'équipement high-tech et domotique, à la climatisation individuelle, à la gestion énergétique

performante et à la gamme étendue de services pour assurer une prestation de luxe. Room service 24h/24 h, concierges, presse, business center, tout a été pensé pour le client d'affaires ou le touriste haut-de-gamme. Un restaurant gastronomique, «La Cristallerie», est situé au premier étage et peut accueillir une quarantaine de convives. La brasserie «Plëss» s'ouvre sur la Place d'Armes et est prolongée par une terrasse sous les

arbres. Des salles de réunions-banquets aménagées dans les caves voûtées avec pierre et roche apparentes sont situées au sous-sol, tout comme un espace dédié au vin, «Oeno T K». L'offre est complétée par un lounge-bar, «Le Lobby», qui permet à la clientèle de se relaxer autour d'une cheminée ou dans une cour intérieure. Pour plus d'informations: www.hotel-leplacedarmes.com. ■

Construction

Inauguration d'une nouvelle usine Astron en Russie

Lindab a ouvert le 1^{er} juillet 2010 une nouvelle usine de 14.000 m² à Yaroslavl, à 300 km de Moscou afin de renforcer l'expansion de son activité «Building Systems» en Russie. La division Building Systems du groupe Lindab, est le leader européen de bâtiments pré-étudiés en acier avec ses bâtiments industriels commercialisés sous la marque «Astron». Cette usine emploie déjà aujourd'hui 170 personnes.

La cérémonie d'inauguration s'est déroulée en présence de Sergey Vakhrukov, gouverneur de la région Yaroslavl, Gaston Stronck, (ambassadeur du Grand-Duché de Luxembourg en Russie), de David Brodetsky (PDG du groupe Lindab), de Venant Krier (BA Manager Building Systems du groupe Lindab), de Pavel Korenkov (Business Unit Manager, Lindab-Astron Russie) ainsi que de nombreux employés et clients. Les équipes Astron de Diekirch ont conçu et installé cette nouvelle unité de production et ont également assuré la formation des employés de Yaroslavl. Cette usine se consacre à la fabrication de bâtiments de la gamme Astron (bâtiments d'entreprise sur mesure, bâtiments multi-étages et bâtiments standards) pour les marchés russe, biélorusse, kazakh et ukrainien.

C'est l'un des investissements les plus importants à ce jour d'Astron Buildings S.A. La société, dont le siège se trouve à Diekirch, est active en Russie depuis une quinzaine d'années, où elle a réalisé une centaine de projets, parmi lesquels une usine de 45.000 m² pour Komatsu, une usine de 40.000 m² pour

Guardian, 50.000 m² pour le groupe Kronospan et d'autres projets d'envergure, notamment pour Bonduelle ou encore Hörmann. De plus en plus d'investissements se font aujourd'hui par des investisseurs russes, et dans les régions plus éloignées du pays. Pour rester compétitif sur ce marché, Astron Buildings S.A développe son activité également dans les régions et compte tenu des taxes d'importation et des coûts de transports, la société s'est dotée d'une usine locale. La division Building Systems a actuellement trois usines situées au Luxembourg, en République tchèque et en Russie et produit jusqu'à 1.000 bâtiments par an. ■



L'usine Lindab-Astron à Yaroslavl (Russie)

Belval – Großprojekt von nationaler Bedeutung

Der Umbau des ehemaligen Industriestandorts Belval in ein 160 Hektar umfassendes modernes Wohn-, Arbeits- und Freizeitzentrum, in dem langfristig 7.000 Menschen leben und 20.000 – 25.000 Menschen arbeiten werden, ist eines der größten Urbanisationsprojekte der Luxemburger Geschichte. An dieser Stelle werden wir jeden Monat in Bild und Wort über das Voranschreiten dieses ehrgeizigen Mammutprojektes berichten.

Farbenfrohes Chamäleon... und kriminelle Machenschaften

Inspiriert durch die Aufregung über den Brand (die sich gelegt hat) und den verbesserungswürdigen Verkehrsfluss (die hoffentlich andauert und schnell zu sinnvollen Lösungen führt), wenden wir uns heute den dunklen Seiten von Belval zu:

■ Nächtliches Spektakel

Wer nachts mit dem Zug fährt, steht unter dem Regenbogen: Belvals Bahnhof „Université“ hat ein Dach mit Light Show bekommen, das abwechselnd in allen Farben schillern kann. Vor allem von oben ein spektakuläres Schauspiel. Am besten ist der Blick natürlich nachts vom Hochofen. Aber ...

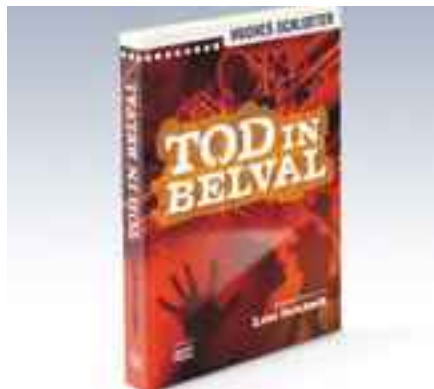


„The Nightly Chameleon“: Das Dach des Bahnhofs „Belval Université“ schillert in mehr Farben als der Regenbogen. Vorteil diesem gegenüber: funktioniert auch nachts (Fotos: Ralph Joachim).

... ist es ratsam, dort spät hinzugehen? Als Ihr Kolumnist (und Autor dessen, was jetzt kommt) kann ich nur dringend davon abraten und es zugleich unbedingt empfehlen, denn was dort passieren kann, schildert der erste Kriminalroman, der in Belval spielt:

■ „Tod in Belval“

Die Story: Lou Schleck, rothaariger und gefragter Szenefotograf mit Hang zu drastischen Bildern, hat einen gutbezahlten Auftrag eines Top-Modemagazins. Set ist die stillgelegte Hochofenanlage von Belval im dramatischen Abendlicht. Das Shooting beginnt mit fröhlichem und schrillum Stress, findet



„Tod in Belval“ – Der Luxemburg-Krimi von Hughes Schlueter erscheint im September bei den éditions saint-paul

aber unerwartete Dramatik mit dem Auffinden einer weiblichen Leiche, die von einer der hohen Plattformen herabgestürzt zu sein scheint.

Für die anwesenden Models ein willkommener Anlass, sich zu übergeben, für Lou und seine abgebrühte Assistentin Florélie aber der Auftakt zu einer spannenden Spurensuche.

Auf der Suche nach dem stimmigen Bild helfen und behindern ihn: Gaston, der Mann, der im Internet wohnt; Hugo, die hübsche Cafésbesitzerin; ein brummiger Commissaire; ein dubioser Unternehmer; Orkhgard, ein Rollenspiel-Schamane; eine der ersten Damen der Luxemburger Gesellschaft, Investment-Banker aus Belval; Carlo, das Gespenst der Rockhal und natürlich Florélie, der Lou vollkommen verfallen ist... und die leider nur auf Frauen steht. Aber, wer weiß?

Der Roman erscheint im September 2010 bei éditions Saint Paul, Luxemburg. Weitere Informationen vorab unter www.editions.lu und www.hugheschlueter.com.

Kriminelle Grüße aus Belval

Text und Fotos:
Hughes SCHLUETER ■



Ein Eindruck von den Plattformen, die nach oben zum Hochofen führen. Es geht dort tief runter...



Gebündelte Information über Belval auf: www.belvalinfo.net

THE WORLD LEADING FLEET AND VEHICLE MANAGEMENT COMPANY
www.leaseplan.lu

Découvrez pourquoi It's easier to leaseplan

Pour gérer une flotte, il faut trouver le juste équilibre entre la maîtrise des coûts, les intérêts des conducteurs et l'impact environnemental.

Exercice complexe que LeasePlan vous facilite. Quelle que soit la spécificité de vos besoins, nous puisons dans notre expertise et notre savoir-faire pour vous offrir les solutions et les conseils les plus adaptés.

Your proactive service excellence Partner:

- Expertise et consultance en fleet management
- Réduction des coûts avec notre outil **Cost Savings Accelerator**
- Leasing socialement responsable grâce à **GreenPlan**
- Le juste équilibre en matière de gestion de flotte à l'aide de **Fleet Balance**
- ...



It's easier to leaseplan



STUDIO



Office National du Tourisme – Dexia BIL

Innovationspreis für Tourismus 2010 im Zeichen des sanften Tourismus

Auch im Jahr 2010 hat sich das Office National du Tourisme (ONT) gemeinsam mit seinen Kooperationspartnern Dexia Banque Internationale à Luxembourg und saint-paul luxembourg für die Durchführung eines Innovationspreises entschlossen. Ziel ist es, herausragende Leistungen und Projekte im Luxemburger Tourismus auszuzeichnen. Innovationen in Form von Abwechslung, Differenzierung, Einzigartigkeit und Mut zu ungewöhnlichen Angebotsformen geben dem Tourismus in Luxemburg neue Impulse.

Der Schwerpunkt lag in diesem Jahr auf dem Thema „Sanfter Tourismus – Umweltverträglichkeit, Sozialverträglichkeit, optimale Wertschöpfung“. Ideenreichtum und Innovationen sind auch in diesem touristischen Segment eine wichtige Grundlage für die Weiterentwicklung des Angebots. In drei Kategorien wurden insgesamt 14 innovative Beiträge eingereicht, welche von der Jury hinsichtlich vordefinierter Kriterien (z.B.: Innovationsgrad, Erschließung neuer Märkte, Übertragbarkeit auf andere touristische Betriebe/Organisationen, Modellcharakter, Qualitäts- und Kundenorientierung, Vernetzungsgedanke, Wirtschaftlichkeit & Nachhaltigkeit...) bewertet wurden.

Die Jury setzt sich zusammen aus: André Poorters, Managing Director, Dexia Banque Internationale à Luxembourg; Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Geschäftsführer des Europäischen Tou-

risimus Institutes GmbH, Trier; Prof. Dr. Albrecht Steinecke, Professor für Wirtschafts- und Fremdenverkehrsgeographie, Universität Paderborn; Georges Gitzinger, Chargé de Mission, Office National du Tourisme (ONT); Paul Lenert, Generaldirektor, groupe Saint-Paul.

In jeder Kategorie wurde ein Preisträger prämiert. Zusätzlich wurden in Kategorie I zwei lobende Anerkennungen sowie eine lobende Anerkennung in Kategorie III ausgesprochen.

Kategorie I: Touristisch innovative Projekte von Organisationen ohne Gewinnzweck

Lauréat: „Mullerthal Trail – vom Produkt zur Marke“ – ORT Mullerthal/Petite Suisse Luxembourg. Der Mullerthal Trail ist ein 110 km langer, in 3 Routen sowie 3 Extratouren untergliederter Wanderweg der durch alle landschaftlichen Besonderheiten der Region

führt. Er zeichnet sich durch eine qualitativ hochwertige Beschilderung und wanderfreundliche Gastgeber entlang des Trails aus. Seit 2008 ist der Mullerthal Trail eröffnet und hat sich bis heute zu einer Marke entwickelt, die auch über die Landesgrenzen hinaus auf dem wandertouristischen Markt bekannt ist. Es handelt sich um das erste Markenwanderkonzept mit anerkannten Qualitätskriterien in Luxemburg und wird mit Hilfe eines individuellen Kommunikationskonzeptes vermarktet. Informations-, Karten- und Broschürenmaterial sowie eine Internetseite im Corporate Design bieten umfangreiche Informationen über das Wandern in der Region. Diverse Werbearbeiten dienen der Bekanntmachung der Marke auf Messen und bei anderen Promotionsaktionen. Ziel ist es, durch stabile Vermarktungsstrukturen die Wirtschaftsförderung und langfristig die Präsenz auf überregionalen Märkten zu sichern.

Mention: „Rent a Bike Miselerland“ – Entente Touristique de la Moselle Luxembourgeoise ASBL. Der Fahrradverleih „RentaBike miselerland“ ermöglicht durch eine flächendeckende, regionale Organisation ein neues und zukunftsträchtiges Konzept der Radnutzung im ländlichen Raum. Touristen, Besucher und Einwohner können an einer beliebigen Station im Miselerland ein Rad ihrer Wahl ausleihen und an einer anderen Station wieder abgeben. Insgesamt befinden sich 11 Fahrradvermietstationen mit 120 Fahrrädern, einer Reparaturstation und einem Pannenservice in der Region. Das Fahrrad ist ein umweltschonendes und alternatives Transportmittel, welches zur Erhöhung der allgemeinen Lebensqualität beiträgt. Somit fördert das Projekt eine sanfte Entdeckung der Moselregion.

Mention: „Le Monde Fascinant des Abeilles“ – Syndicat d’Initiative et du Tourisme Diekirch.

Bereits seit einigen Jahren arbeitet das Syndicat d’Initiative in Diekirch mit den örtlichen Imkern zusammen. Neben dem Bienenmuseum werden gratis Workshops für Kinder, Stände auf örtlichen Festen, Verköstigungsabende sowie der Verkauf von Produkten der Bienen (Honiglikör, Honig, Propolis-Gel, Honigkerzen, etc.) angeboten. Ziel ist es, Kinder und Erwachsene für die faszinierende Welt der Bienen zu sensi-

bilisieren und den Verkauf von heimischen Produkten zu fördern.

Kategorie II: Staatlich und bzw. von Gemeindeverwaltungen getragene touristisch innovative Projekte. Lauréat: „Rénovation du château féodal à Useldange avec mise en place d’un circuit didactique accessible aux personnes handicapées de la vue“ – Service des Sites et monuments nationaux & la Commune Useldange. Neben der Renovierung der Burg Useldingen hat der Service des Sites et monuments nationaux zusammen mit der Kommune Useldange einen didaktischen Rundweg für Sehbehinderte eingerichtet. Mit seinen 16 Stationen bietet der Weg die unterschiedlichsten Möglichkeiten die historischen, wissenschaftlichen und sozialen Zusammenhänge des lokalen und nationalen Kulturerbes zu entdecken. Ziel ist es, das Leben im Mittelalter vielen Menschen, besonders Sehbehinderten, näher zu bringen.

Kategorie III: Privatwirtschaftlich getragene, touristisch innovative Projekte.

Lauréat: „Entrez dans le mouvement Velosophie!“ – Velosophie. Velosophie plant, organisiert und vermarktet Rad-Rundfahrten und Spaziergänge in Luxemburg. Zudem werden geführte Radtouren und Spaziergänge sowie diverse Dienstleistungen rund um das Fahrrad angeboten und Kartenmaterial, Fahrrad- und Wan-

derzubehör verkauft. Die Touren werden in Verbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln organisiert. Touristen sollen die Möglichkeit bekommen den natürlichen und kulturellen Reichtum Luxemburgs in einer angenehmen Atmosphäre zu erkunden. Im Jahr 2009/2010 hat Velosophie zwei neue Produkte erarbeitet die auch auf andere Regionen in Luxemburg übertragbar sind. Die Grundidee der FairtradeTour ist die Kombination einer sanften Fortbewegung mit einer alternativen Art zu konsumieren (Fairgehandelte Produkte, Dritte-Welt-Läden, etc.). Die Lite-raTour gibt die Möglichkeit den Westen des Großherzogtums auf eine ökologische Art zu entdecken und historische Höhepunkte der Region zu besuchen. In Pausen lesen luxemburgische Autoren wie Josy Braun aus ihren Werken.

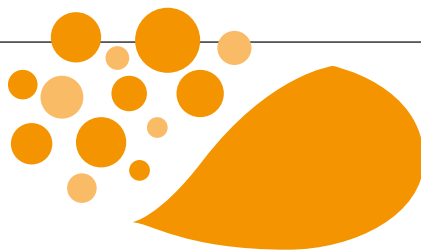
Mention: „Schengen – En europäescht Wënzerduerf a seng Awunner“ – Marc Schoentgen.

Die private Initiative des Hobby-Fotographen Marc Schoentgen hat zum Ziel, den Bekanntheitsgrad des Ortes Schengen zu steigern und zu zeigen, dass der Ort – welcher durch das Schengener Abkommen nahezu weltweit bekannt ist – ein Stück gelebtes Europa ist. Das Ziel ist es außerdem die Großregion als Reiseziel positiv darzustellen (ein Foto-Freiluftausstellung zeigt die Schengener Bürger, Schengen und seine Einwohner). ■

Für weitere Informationen: www.visitluxembourg.lu – www.agendalux.lu

Folgende Projekte wurden eingereicht und der Jury vorgestellt:

- Musée national des Mines de Fer ASBL: „Les randonnées souterraines du MNM“
- ASIVEMA: „Renaissance d’une région touristique: la vallée des Sept Châteaux“
- Entente Touristique de la Moselle Luxembourgeoise ASBL: „Rent a Bike Miselerland“
- Syndicat d’Initiative et du Tourisme Medernach ASBL: „Barfusswanderweg Medernach“
- ORT Mullerthal/Petite Suisse Luxembourgeoise: „Mullerthal Trail – vom Produkt zur Marke“
- Centrale des Auberges de Jeunesse Luxembourgeoises ASBL: „Jugendherbergswandern Reloaded“
- Tourist Office Ettelbruck: „Sentier Urbain Touristique“
- Syndicat d’Initiative et du Tourisme Diekirch: „Le Monde Fascinant des Abeilles“
- Marc Schoentgen, Schengen: „Schengen – En europäescht Wënzerduerf a seng Awunner“
- Service des Sites et monuments nationaux & la Commune Useldange: „Rénovation du château féodal à Useldange avec mise en place d’un circuit didactique accessible aux personnes handicapées de la vue“
- Gemeinde Schengen: „Naturschutz- und Erholungsgebiet Haff Reimech“
- Camping und Heuhotel Toodlermillen: „Der Betrieb Toodlermillen“
- Velosophie: „Entrez dans le mouvement Velosophie!“



BOURSE D' ENTREPRISES

Bourse transfrontalière d'Entreprises

un outil performant pour la cession et la reprise d'entreprises en Grande Région

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».

Pour consulter le détail des dernières annonces, le site www.bourse-entreprises.org a été mis en place.

Afin d'obtenir toutes les informations relatives aux différentes offres, il vous suffit de vous inscrire via la rubrique «Acquisitions».

Horeca

Ouest

Réf C2312: Vends fonds de commerce, restaurant, 36 couverts, 16 places sur terrasse, axe Luxembourg-Arlon.

Réf C1901: Vends fonds de commerce, 60 couverts, cuisine traditionnelle, emplacement touristique Vallée des 7 Châteaux, grande terrasse, parking privé.

Réf C2273: Vends Sandwicherie, petite restauration. Emplacement dans zone industrielle.

Centre

Réf C539: Vends fonds de commerce d'un café (brasserie) avec petite restauration, 40 couverts, cuisine française traditionnelle.

Réf C2371: Vends fonds de commerce de débit de boissons alcooliques et non-alcooliques.

Réf C2369: Vends café avec petite restauration équipé: bar, tables, fauteuils et petite réserve. A voir: bel emplacement, très lumineux.

Réf C1888: Cessation des parts d'une société d'achat/vente et import/export de matériel informatique. Représentant des marques Samsung et Canon.

Sud

Réf C2287: Vends café avec petite restauration. 40 places + grande terrasse exploitable avec plus de 100 places. Café situé en plein centre ville, accès piétons et parking proche.

Est

Réf C2391: Vends fonds de commerce d'un restaurant avec 60 couverts + terrasse avec 20 couverts, cuisine méditerranéenne, avec un four à pizza à bois. Emplacement plein centre ville touristique. Etablissement en pleine activité.

Commerce de détail

Nord

Réf C1900: Vends fonds de commerce de maroquinerie grandes marques.

Réf C1906: Vends fonds de commerce, vente de bijoux et montres fantaisie ainsi que divers accessoires (sacs à mains, portefeuilles etc.).

Centre

Réf C2370: Vends fonds de commerce de bijoux fantaisie et de vêtements.

Réf C2368: Vends fonds de commerce de négoce de chocolat. Cellule de 62 m² dont +/-15 m² de cuisine équipée, évier eau chaude. A céder sans les meubles ou à discuter si reprise chocolat.

Réf C2347: Vends fonds de commerce, atelier pâtisserie-chocolaterie-glaces avec un point de vente pâtisserie-chocolaterie, 2 parkings, 2 WC, 1 vestiaire, 1 magasin et 1 bureau.

Réf C2265: Vends fonds de commerce de magasin de vêtements pour femmes.

Réf C1920: Vends fonds de commerce de magasin de meubles, fournisseur luxembourgeois exclusif de la marque Danish Design sur mesure.

Réf C1832: Vends fonds de commerce de magasin d'articles diététiques.

Sud

Réf: C2279: Vends fonds de commerce: Centre de fitness, wellness et de remise en forme. Cabines pour massages et kinésithérapie, saunas et hammam. Matériel de fitness haut de gamme, équipement première qualité et aménagement exclusif. Clientèle existante et possibilités faciles de parking.

Services

Nord

Réf C1873: Vends entreprises de vente et d'installation de Chauffages, Climatisations et Sanitaire.

Centre

Réf C537: Vends fonds de commerce ayant pour objet la vente et l'installation du matériel pour le secteur HORECA.

Pour tout renseignement complémentaire, la Chambre de Commerce reste à votre disposition
Tél.: (+352) 42 39 39-338 – E-mail: bourse@cc.lu – Personnes de contact: Laurent Koener et Blazenska Bartolovic



Accompagnement | Environnement | Développement Durable | Sociétal | Gouvernance | RSE | Outils | ISO 26 000 | Conseil

ETES-VOUS UNE ENTREPRISE RESPONSABLE?

Evaluez votre démarche développement durable gratuitement!

Pour en savoir plus: www.reddec.lu

Tél: 265956-21 Email: info@reddec.lu

Offre valable jusqu'au 15 octobre 2010 réservée aux entreprises du secteur de la construction.

L'avenir se forme...

REDDEC2

Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment S.A.
5, Zone d'Activités Economiques Krakelshaff, L-3290 BETTEMBOURG
T (352) 26 59 56 - 1 F (352) 26 59 07 44 E info@reddec.lu W <http://www.reddec.lu>



PROJET COFINANCE
PAR L'UNION EUROPEENNE



Votre partenaire pour la réussite

Chaque mois, *Merkur* vous présente sur cette page deux collaborateurs/-trices de la Chambre de Commerce. L'idée de cette page est de **rendre encore plus transparents les services et les activités de la Chambre de Commerce** et de **vous permettre de mieux connaître vos interlocuteurs** auprès des différents départements.



■ Violaine Mathurin

Attachée auprès du Service Communication de la Chambre de Commerce et membre du Département des Relations Internationales de l'agence Luxembourg for Finance

Violaine travaille à mi-temps en tant qu'Attachée pour le Service Communication de la Chambre de Commerce. L'autre moitié de son temps, elle occupe également la fonction de membre du Département des Relations Internationales auprès de Luxembourg for Finance (LFF), l'Agence pour le développement de la place financière qui compte la Chambre de Commerce parmi ses membres fondateurs. Au sein de la Chambre de Commerce, Violaine participe à l'élaboration des différents outils de communication. Auprès de LFF, Violaine est chargée d'organiser des événements à l'étranger (missions, foires) et d'accueillir des délégations étrangères sur le territoire luxembourgeois. Ces événements sont organisés dans l'intérêt des entreprises membres de PROFIL, l'association des professionnels du secteur financier luxembourgeois. Au Service Communication de la Chambre de Commerce, Violaine contribue au quotidien à l'éla-

laboration et à la rédaction d'articles pour le *Merkur*. Elle participe également à l'actualisation du site Internet et coordonne la rédaction de certaines publications émanant de la Chambre de Commerce. Au sein de LFF, outre l'organisation de missions économiques et la coordination des visites de délégations étrangères, Violaine coordonne la participation de représentants du secteur financier luxembourgeois à des foires dont les thèmes sont liés au monde de la finance. «La diversité des tâches fait que je ne me lasse jamais. Je voyage et fais des rencontres intéressantes, et je peux voir directement l'impact de mon travail, ce qui est très valorisant. Il existe aussi une excellente collaboration au sein des différents départements de la Chambre de Commerce, ce qui est très agréable», note Violaine avec satisfaction. Côté loisirs, elle partage son temps libre entre les voyages et le jogging, qu'elle pratique depuis 2007.



■ Marc Wagener

Attaché auprès du Département Economique

Marc est Attaché auprès du Département Economique et à ce titre, il participe à la rédaction d'avis et de recommandations aux pouvoirs publics, notamment dans les domaines de l'énergie, de l'environnement, des finances publiques et les sujets relatifs à la normalisation. Marc fournit des analyses de fond et des contributions diverses sur différents thèmes d'actualité socio-économique à l'intention des ressortissants ou du grand public. Dans le cadre de ses fonctions, Marc représente également la Chambre de Commerce au sein de groupes de travail, d'associations diverses et de comités de pilotage, de gérance ou de suivi avec comme objectif d'influencer l'action en faveur de l'intérêt économique général. Au quotidien, Marc assure une veille compétitive et une veille de l'action politique suite aux recommandations de la Chambre de Commerce. Il prépare présentations, dossiers et interventions pour la Direction. Marc contribue encore

à plusieurs publications de la Chambre de Commerce, il commente les études internationales et rédige divers articles à teneur économique pour le *Merkur*. Enfin, il intervient en tant que conférencier dans le cadre de l'Ecole Supérieure du Travail, auprès de laquelle il enseigne l'économie luxembourgeoise et la fiscalité des entreprises. «La diversité des tâches à accomplir, les publics variés et le développement personnel dans un certain nombre de domaines de spécialisation constituent à mes yeux des aspects intéressants de mon métier. De plus, mes collègues de la Chambre de Commerce sont très agréables.», affirme Marc avec le sourire. Côté loisirs, Marc pratique régulièrement le jogging. Il voue une véritable passion pour les animaux, notamment les chevaux et les chiens. Il prend plaisir à soigner un cheval avec son amie. Enfin, Marc aime partir à la découverte et à l'aventure dans des pays lointains.



Forfait National Illimité

j'appelle sans compter

**1 mois
d'abonnement
GRATUIT***



FORFAIT NATIONAL ILLIMITE FIXE VERS FIXE

- tous vos appels nationaux illimités de Fixe vers Fixe (sont exclus les appels vers Internet, mobiles et numéros spéciaux)
- forfait valable 24h/24 et 7j/7
- forfait facturé par ligne
- également pour les transactions des terminaux de paiement
- valable sur lignes analogiques ou ISDN de base (non valable sur ISDN PRI)



FORFAIT NATIONAL ILLIMITE FIXE VERS

- tous vos appels nationaux illimités de Fixe vers LUXGSM y compris les appels vers les voicemail LUXGSM (sont exclus les appels vers numéros spéciaux)
- forfait valable 24h/24 et 7j/7
- forfait facturé par ligne
- valable sur lignes analogiques ou ISDN de base (non valable sur ISDN PRI)

(*) Pour toute nouvelle souscription passée entre le 15/09/10 et le 15/11/10. Offre soumise à conditions

FORFAIT NATIONAL ILLIMITÉ
Votre budget téléphonique maîtrisé



Division des Télécommunications - L-2999 Luxembourg - Tél. gratuit: 8002 4000 - www.pt.lu

ec+ P&TLuxembourg : acteur du développement durable.

Roby Cruciani, passion et réussite au rendez-vous. Depuis un an, les clients Audi sont accueillis dans le nouveau garage de Roby Cruciani à Dudelange. Chronique d'une réussite personnelle

Il faut remonter à 1969 pour trouver les origines de cette concession automobile renommée.

C'est l'année où Roby Cruciani a commencé son apprentissage mécanique auprès du garage Losch à Bonnevoie. Il y gravit rapidement les différents échelons et dévoile un vrai talent d'artiste pour les réparations des prestigieuses Porsche. Carrière parfaite pour ce jeune mordu d'automobiles : il rejoint en 1977 le service team du pilote Néckel Koob, qui termine en 9^e position du célèbre Rallye de Monte-Carlo à bord de sa Porsche Carrera.

1978: ouverture du premier garage Cruciani VW/Audi sur le site de l'ancienne brasserie de Dudelange.

« J'ai toujours été passionné par les belles mécaniques et dès l'obtention de mon brevet de maîtrise en juillet 1978, je voulais lancer ma propre entreprise », nous confie Roby Cruciani. Pari réussi : le succès est au rendez-vous et le site s'agrandit en 1980, lorsque le garage obtient le contrat intégral *Service et Vente des marques VW et Audi*.



« Pour réussir, il faut avoir un rêve, réfléchir comment le concrétiser, se donner les moyens. Et oser ! »



Une recette gagnante pour Roby Cruciani, avec pour preuve, les locaux qui allaient vite s'avérer trop petits. Et la décision d'investir dans la construction d'un nouveau site s'imposait comme une évidence. En janvier 1990, le nouveau bâtiment fut inauguré et les 17 personnes que comptait le garage à l'époque pouvaient en prendre possession.

Une évolution constante qui va de pair avec de nouveaux investissements.

D'importantes transformations ont eu lieu à la fin des années '90 : le garage s'adjoint un nouvel atelier de carrosserie et ouvre un nouveau show room Audi. Il compte entre-temps 77 collaborateurs mais il a néanmoins conservé son caractère familial. L'ambiance y est excellente : 28 salariés ont une ancienneté de plus de 10 ans. L'esprit d'équipe est motivant et porteur de succès. Il permet à l'entreprise de continuer sa progression, au point de scinder les showrooms en deux sites différents avec l'ouverture, il y a un an, du garage Audi flambant neuf au 212 route de Luxembourg.



En 32 ans d'existence le garage Cruciani est devenu une référence, et ce bien au-delà de la région. Et comme le formule son propriétaire : « À chacun son métier : mon projet d'entreprise semblait tenir la route, ne restait qu'à le concrétiser avec un spécialiste financier de 1^{er} plan, un banquier de terrain, qui comprend mes projets et qui parle un langage clair. »

Dexia BIL: financier de la 1^{re} heure.

Aux dires de Tom Lessel, conseiller PME chez Dexia BIL, qui suit personnellement le dossier du garage Cruciani depuis 10 ans, le contact direct avec le client est primordial. « Comment voulez-vous raisonnablement conseiller un entrepreneur si vous ne connaissez pas sa situation globale et les spécificités du marché dans lequel il évolue, si vous ne suivez pas de près ses projets, du début à la fin ? »

Une banque à visage humain

Nous nous engageons à concevoir des produits élaborés et à développer des solutions novatrices répondant aux besoins des Corporates, PME, professions libérales et indépendants.

