

# Mer

de letzebuerger

# Kur

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

1 • 98

## Formation

Séminaires 98

- Direction et gestion d'entreprise
- Relations sociales et professionnelles
- Gestion financière et comptable
- Commerce extérieur
- Achat - Vente
- Efficiency personnelle
- Marketing - Publicité
- Sécurité et Santé au travail

- Séminaires '98
- Le télétravail: réalité et enjeux
- Enquête Eurochambres

CHAMBRE DE COMMERCE  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

## Ensemble, nous serons l'énergie dont votre entreprise a besoin.

Vous avez des ambitions pour votre entreprise? Nous avons les moyens pour faire fructifier vos talents. En partenaires solidaires, les conseillers PME de la Banque et Caisse d'Épargne de l'État vous aident à concrétiser vos projets. A les étudier, les évaluer, les soutenir au mieux de vos intérêts. De façon flexible et dans des délais raisonnables. En client fidèle de la BCEE, vous nous connaissez pour notre compétence en matière d'épargne et de crédits. Apprenez à nous connaître pour nos performances au service de votre expansion. Adressez-vous à un de nos conseillers PME. Et faites de nous le **partenaire de vos ambitions**.



BANQUE ET CAISSE D'ÉPARGNE DE L'ÉTAT  
LUXEMBOURG

# Beschäftigungs- politik: Es gibt viel zu tun...

Um die beim EU-Beschäftigungsgipfel im vergangenen November beschlossenen europäischen Leitlinien zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit auf dem nationalen Plan umzusetzen, wurden die einzelnen Mitgliedstaaten aufgefordert, eigene Aktionspläne aufzustellen. Der Luxemburger Aktionsplan soll in der Tripartite diskutiert und ausgearbeitet werden. Um ein rasches Voranschreiten in diesem Dossier zu gewährleisten, rief Premier- und Arbeitsminister Jean-Claude Juncker im Vorfeld der Tripartite die Sozialpartner auf, ihm ihre Überlegungen und Anregungen zum Thema Beschäftigungspolitik mitzuteilen.

Die Luxemburger Handelskammer hebt in ihrem Beitrag hervor, daß die allgemeine Situation auf dem Arbeitsmarkt nicht losgelöst von der globalen Wirtschaftslage des Landes betrachtet werden kann. So hängen Neueinstellungen nicht vom Wohlwollen des Patronats, sondern einzig und allein von den wirtschaftlichen Realitäten ab. Nur ein Unternehmen, das wettbewerbsfähig bleibt, wird auf Dauer neue Arbeitskräfte einstellen. Die Wettbewerbsfähigkeit der einheimischen Firmen ist demnach ein entscheidender Faktor im Kampf gegen die Arbeitslosigkeit.

Mit der Senkung der Unternehmenssteuern hat die Regierung einen Schritt in die richtige Richtung gemacht. Bedauerlich ist allerdings, daß diese Entlastung der Betriebe durch die Anhebung der Krankenversicherungsbeiträge zum Teil wieder aufgehoben wird. Desweiteren trägt die automatische Anpassung der Löhne an den Index zur Arbeitsverteuerung und somit zu einer Kostenentwicklung bei, auf die die Unternehmer keinen Einfluß haben und die sich letztendlich beschäftigungshemmend auswirkt. Auch der hohe Mindestlohn, der gemeinhand als wichtige soziale Errungenschaft angesehen wird, stellt für die Betriebe keinen Anreiz dar, nicht- oder wenig qualifizierte Arbeitskräfte einzustellen. Für die Arbeitssuchenden aus dem nahen Ausland aber ist der Luxemburger Mindestlohn verlockend. Die einheimischen Arbeitssuchenden müssen sich also nicht nur einer na-

tionalen, sondern auch und vor allem einer starken internationalen Konkurrenz stellen.

Was die Verbesserung der Vermittelbarkeit angeht, so weist die Handelskammer darauf hin, daß die Jugend- und Langzeitarbeitslosigkeit, die es prioritär zu bekämpfen gilt, in Luxemburg relativ gering ist, so daß es möglich sein sollte, den Jugend- und Langzeitarbeitslosen eine individuelle Betreuung anzubieten. Die zur Zeit bestehenden Instrumente zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit sollten jedenfalls vom ständigen Beschäftigungsausschuß auf ihre Wirksamkeit hin geprüft und gegebenenfalls verbessert werden. Hierzu ist anzumerken, daß die in Luxemburg ausbezahlten hohen Arbeitslosengelder eher zu einer passiven Haltung der Arbeitssuchenden beitragen.

Um die Entwicklung des Unternehmergeistes zu fördern, schlägt die Handelskammer verschiedene Maßnahmen vor, so etwa die Schaffung einer Anlaufstelle, in der Unternehmensgründer alle notwendigen Formalitäten auf einmal erledigen können. Auch müßten die Bedingungen für die Entwicklung der Risikokapitalmärkte deutlich verbessert werden.

Die in den Leitlinien enthaltene Forderung nach einem beschäftigungsfreundlicheren Steuersystem und somit einer niedrigeren Steuer- und Abgabenbelastung der Arbeit verdient Unterstützung.

Um ferner die Anpassungsfähigkeit der Unternehmen und ihrer Arbeitnehmer zu fördern, sollten die Sozialpartner auf den entsprechenden Ebenen, insbesondere auf Branchen- und Unternehmensebene, Vereinbarungen zur Modernisierung der Arbeitsorganisation aushandeln. Diese Vereinbarungen sollten durchaus auch Regelungen betreffend Jahresarbeitszeiten beinhalten. Oberste Priorität sollte dabei der Annualisierung der Arbeitsreferenzperiode gegeben werden, damit die Unternehmen sich optimal auf Marktschwankungen einstellen können.

Ein Nachteil für die Arbeitnehmer wäre das nicht, denn diese könnten die Mehrarbeit, die zu einer bestimmten Jahreszeit von ihnen gefordert wird, in einer anderen Jahreszeit durch zusätzliche Freistunden wieder wettmachen. Strikt abzulehnen ist auf jeden Fall die gesetzlich auferzwungene Arbeitszeitreduzierung, denn diese würde die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen erheblich schwächen und unweigerlich zum Abbau von weiteren Arbeitsplätzen führen.

Editeur: Chambre de Commerce  
du Grand-Duché de Luxembourg  
7, rue Alcide de Gasperi  
Adresse postale: L-2981 Luxembourg

Tél.: 42 39 39-1  
Fax: 43 83 26  
Télex: 60174 chcom lu  
E-mail: doc@cc.lu  
homepage: <http://www.cc.lu>

Paraît 10 fois par an

Tirage: 20.300 exemplaires

Crédit photographique: Tom Wagner

Reproduction autorisée avec mention  
de la source. Copie à l'éditeur.

Impression: Imprimerie Saint-Paul S.A.

## SOMMAIRE

2	Dossier: Le télétravail
9	Interna
9	CCI
10	Euro
11	Environnement
13	Commerce extérieur
22	Formation
30	Ventes spéciales
35	Chronique juridique
37	PME
40	Social
41	Tourisme
43	Chiffres économiques
49	Euro Info
52	Info Entreprises

## Le télétravail: Réalités et enjeux

La montée en puissance des téléservices, conséquence de l'effet combiné des progrès technologiques dans le domaine de la communication et de la mondialisation de l'économie, semble bien être l'une des tendances majeures de l'évolution de notre société à l'aube du troisième millénaire. Porteuse d'espoir pour certains, spectre effrayant pour d'autres, cette nouvelle forme de travail appelle, en tout état de cause, une réponse de la part de notre société, si celle-ci veut en tirer des effets bénéfiques et si elle veut en limiter les répercussions négatives, en particulier sur le volume de l'emploi, les niveaux de rémunération, la couverture sociale et les conditions de travail.

Le télétravail pose en effet de nombreuses questions. A commencer par un problème de définition. Qu'est-ce qu'un télétravailleur? Quel est son statut? Pour qui travaille-t-il et comment? Quelle est l'ampleur du phénomène? Au-delà de ces questions directes, le télétravail soulève des questions de fond sur le fonctionnement de notre économie et l'évolution de la société.

### Définition du télétravail

La notion de télétravail n'est pas facile à cerner. Néanmoins tous les experts sont d'accord pour affirmer qu'une activité professionnelle doit réunir au moins deux critères pour être considérée comme télétravail. Tout d'abord, le télétravailleur doit exercer son activité hors des locaux d'une entreprise. Répondent à ce critère: les agents d'assurances, les techniciens de maintenance, les délégués commerciaux, etc. ... Tous ces métiers ne peuvent pourtant pas être considérés comme télétravail, car ils ne répondent pas tous au deuxième critère, qui est de faire appel dans l'exercice de son activité professionnelle à des outils de télécommunication relativement sophistiqués comme des PC ou des laptops équipés d'un fax/modem pour la transmission de données.

Dans une étude récente commandée par la Commission européenne, le télétravail est défini de la manière suivante: «Le télétravail est le travail effectué par une personne (salarié, indépendant, travailleur à domicile) principalement ou pour une part importante en un ou plusieurs lieux autres que le lieu de travail traditionnel pour le compte d'un employeur ou d'un client et dans lequel l'utilisation des télécommunications et des technologies de l'information modernes occupent une place essentielle et centrale.»

Une définition plus courte mais non moins pertinente est celle utilisée en 1996 dans un rapport du «Trades Union Congress» britannique, pour lequel le télétravail se définit comme «un travail à distance rendu possible par les technologies de l'information et de la communication», sous-entendant par là que le télétravail est une conséquence tout à fait logique de la rapide mutation de notre société en une société de l'information.

Dans un récent rapport de la Commission européenne<sup>1</sup> sur les bienfaits et les dangers liés au télétravail et à la restructuration des marchés du travail en Europe, les auteurs du rapport distinguent 5 formes différentes de télétravail:

- le télétravail à domicile: c'est la forme la plus répandue du télétravail. Elle implique souvent une activité répétitive, peu spécialisée et payée au résultat. Le télétravailleur peut être un employé, un fonctionnaire ou tout simplement un indépendant,
- les centres délocalisés: Il s'agit de centres partagés par plusieurs employés d'une même entreprise. Ces centres sont généralement installés à l'écart des grands centres urbains. De cette façon les télétravailleurs évitent les embouteillages, gagnent du temps et de l'argent et sont souvent exposés à une aire beaucoup moins polluée,
- les télécentres: d'une manière générale, il s'agit de bureaux de travail partagés par plusieurs entreprises ou indépendants qui y trouvent l'équipement informatique et télématique nécessaire à l'exercice de leur activité,
- les groupes de travail à distance: Comme exemple on peut citer la télémédecine et les groupes de travail en matière de recherche,
- le télétravail multipostes: il se fait en partie à domicile et en partie dans les locaux de l'employeur et fait généralement appel à du personnel technicien ou cadre qualifié et de confiance.

### Les origines du télétravail

En 1979, le futurologue Alvin Toffler prédisait dans son livre «The Third Wave» qu'en 1990 un grand nombre d'activités professionnelles ne seraient plus exercées au bureau de l'employeur mais au domicile de l'employé. Sa vision du futur reposait sur l'observation que les ordinateurs domestiques, les fax, téléphones et modems étaient en train de devenir abordables pour le grand public. Quelques années plus tard, divers académiciens britanniques ont estimé qu'en l'an 2000, près de la moitié des travailleurs en Grande-Bretagne seraient des télétravailleurs. Ces projections apparaissent aujourd'hui totalement fantaisistes.

Moins spectaculaires, mais bien plus réalistes semblent être les chiffres avancés par Thierry Breton dans un rapport réalisé pour le compte du gouvernement français<sup>2</sup>. Breton estime qu'en 2003 1 à 1,6% de la population active française sera composée de télétravailleurs.

Bien qu'il existe de grandes divergences dans les différents scénarios sur l'évolution future du télétravail, tous les observateurs sont d'accord pour retenir finalement quatre facteurs déterminants qui ont accompagné l'émergence du télétravail:

<sup>1</sup> «Legal organizational and management issues in telework», DG XIII, Commission Européenne

<sup>2</sup> Thierry Breton, «Mission Télétravail, Document de synthèse», 3/11/93

- l'évolution rapide des performances des ordinateurs et de l'électronique en général accompagnée de fortes chutes de prix du matériel informatique et des logiciels de traitement de données,
- l'importance croissante de l'information dans une société en profonde mutation,
- le désir accru de nombreux citoyens d'accepter un travail qui demande un certain degré d'autonomie et de responsabilité,
- la tendance des entreprises à se spécialiser dans un domaine de prédilection et à déléguer tous les travaux auxiliaires à des sociétés de sous-traitance.

On observe en effet que le phénomène du télétravail est intimement lié à une internationalisation croissante des industries du secteur des services. Alors que la division internationale du travail est devenue chose courante dans la production de biens manufacturés, la plupart des activités de service (en particulier celles destinées au consommateur privé) ne sortaient pas jusqu'à présent des frontières d'un même pays. Or, les choses sont en train de changer.



*Le cycle de conférences sur le télétravail organisé par la Chambre de Commerce a connu un grand succès auprès du public*

## Le télétravail: une réalité

Il existe aujourd'hui déjà de nombreux exemples de délocalisations de services, qui sont rendus dans des pays lointains pour le compte d'entreprises ou d'organismes internationaux. C'est p.ex. aux Philippines qu'ont été encodées et compilées les données du catalogue de la nouvelle Bibliothèque nationale de Paris. C'est à la Barbade (îles des Antilles) que sont traités (presque uniquement par des femmes) les dossiers de sinistres des clients de la compagnie d'assurance canadienne ManuLife.

En Italie, Telecom a proposé au personnel de sept services de renseignements de travailler à domicile avec un ordinateur, un modem, un télécopieur et un téléphone mis à disposition par l'entreprise. En Allemagne, la chaîne de télévision payante Premiere a équipé de lignes de transmission de données les domiciles de membres de son personnel habitant à proximité de sa centrale d'appel de Hambourg. Ce

## CEPS/Instead

### Projet de télécentre à Differdange

Avec le soutien de la Commission européenne, la Wallonie, le Nord-Pas de Calais, la Lorraine et le Luxembourg vont créer dans le cadre d'un projet pilote de deux années 5 télécentres qui fonctionneront comme véritables laboratoires socio-économiques du télétravail.

Ce projet-pilote comporte deux grands volets: un volet «formation» et un volet «application/ sensibilisation». Le premier volet consiste à mettre en place une formation aux nouvelles technologies de la communication et de l'information, à l'utilisation des réseaux informatiques ainsi qu'à l'organisation personnelle du travail. Il s'agit là de compétences clés, non seulement pour le télétravail, mais aussi pour le monde du travail moderne en général. La formation en question sera assurée par l'Institut de Formation des Adultes de la Chambre des Employés Privés; les contenus des cours sont définis en collaboration avec le CRP-CU (CREDI - Cellule de Recherche, d'Etude et de Développement en Informatique) et l'Institut National de Formation Professionnelle Continue (INFPC).

Le deuxième volet vise à sensibiliser les entreprises aux possibilités du télétravail et à leur offrir l'occasion de les tester, soit en mettant à leur disposition des bureaux délocalisés, soit en encourageant des groupes d'indépendants au lancement d'activités dans le domaine des télé-services.

Le CEPS/Instead aura pour rôle non de lancer pour son propre compte des activités commerciales, mais de fonctionner comme observatoire des problèmes sociaux, économiques et juridiques relatifs au télétravail - sur la base d'une collaboration aussi large que possible avec tous les acteurs concernés, en particulier avec la Chambre de Commerce.

Pour atteindre ces objectifs, le CEPS/Instead dispose à Differdange d'une salle de formation équipée d'un matériel informatique et pédagogique moderne. Pour les entreprises et les indépendants désireux de faire l'expérience du télétravail, il leur sera mis à disposition un télécentre, c.-à-d. un ensemble de bureaux équipés d'ordinateurs avec accès sur l'Internet, ainsi que - en association avec tous les partenaires - la consultation technique, juridique, économique et sociale dont ils auront besoin.

personnel à domicile intervient en cas de besoin pour répondre au téléphone aux heures de pointe.

A Stockholm, Siemens Nixdorf Informations Systems a lancé en 1995 un programme de télétravail à domicile coïncidant avec son déménagement dans un siège décentralisé situé à 30 km au nord de la ville. A l'heure actuelle, de 150 à 200 membres du personnel ont la possibilité d'opter pour la formule du télétravail pendant 2 à 4 jours par semaine.

### Bienfaits potentiels du télétravail

Le télétravail, qui est déjà une réalité pour 7 millions de personnes aux Etats-Unis, 150.000 en Allemagne, 560.000 en Grande-Bretagne et environ 215.000 en France est souvent perçu comme une forme d'organisation de travail qui peut, si elle est justement négociée entre employeur et employé ou entre client et indépendant, être génératrice d'un grand nombre d'avantages pour les deux parties concernées.

La ETO (European Telework Online) a énuméré les nombreux bienfaits potentiels du télétravail comme suit:

#### Pour les télétravailleurs:

- Réduction du temps et des coûts de voyage

Cet avantage manifeste est une des motivations principales de nombreux télétravailleurs

- Augmentation des chances d'embauche

Le télétravailleur peut offrir ses services à des entreprises qui se trouvent à l'autre bout du monde

- Conciliation de la vie professionnelle et familiale

Un télétravail bien organisé évite les déménagements pour raisons professionnelles et permet au télétravailleur d'être en permanence en contact avec les membres de sa famille

- Participation dans la communauté locale

Un télétravailleur peut participer aux activités des clubs et organisations locaux pendant qu'un employé se trouve encore sur le chemin du retour du travail

- Flexibilité dans l'horaire du travail

Chaque personne a son propre rythme journalier. Le télétravail permet d'adapter son horaire de travail à ce rythme.

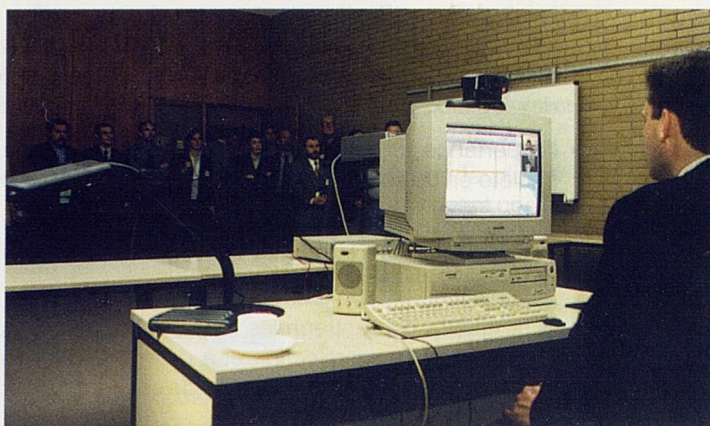
#### Pour les entreprises:

- Réduction des coûts

Les plus grosses réductions de dépenses sont réalisées sur les coûts de location ou d'achat de bureaux de travail. Les entreprises qui engagent des télétravailleurs diminuent de façon significative leur occupation de bureaux.

- Gain de productivité

Des gains de productivité de 40% ont été signalés par des entreprises qui ont eu recours au télétravail. Le télétravailleur ne perd en effet pas de temps en



*Les démonstrations de télétravail organisés par la Chambre de Commerce ont suscité l'intérêt de nombreux entrepreneurs et chefs d'entreprise*

déplacements et n'est pas interrompu dans son travail par des collègues ou des coups de téléphone fréquents

- Maintien en place des forces qualifiées

Des employés de confiance qui pour des raisons familiales auraient été prêts à quitter une entreprise, peuvent rester en place grâce au télétravail. De même, l'employé qui décide de passer une année sabbatique, peut continuer à travailler à mi-temps et rester de cette façon au courant de ce qui se passe dans l'entreprise.

- Flexibilité dans l'organisation

Des personnes travaillant sur différents projets dans différents lieux peuvent facilement être réaffectées à de nouvelles équipes pour de nouveaux projets. Grâce au télétravail, l'entrepreneur peut assembler les équipes comme bon lui semble et est ainsi en position de réagir rapidement aux exigences du marché.

- Flexibilité dans la gestion de ressources humaines

Une entreprise qui nécessite à certains moments un surplus de personnel pour certaines tâches ponctuelles, peut payer des personnes pour être disponibles en temps utile. La rétribution de ce personnel «en veille» est fonction du travail fourni: Il gagne beaucoup lorsqu'il est «activé» et très peu lorsqu'il est en état d'attente.

- Résistance contre imprévus

Une entreprise disposant d'une structure de télétravail efficace est plus résistante contre de possibles imprévus externes, comme les grèves de transport, les catastrophes naturelles ou les actions terroristes.

- Amélioration du service au client

Le service au client peut être élargi au-delà des horaires d'ouverture normaux.

#### Pour l'environnement social et économique:

- moins de gaspillage de ressources énergétiques et moins de pollution générée par le trafic aux heures

de pointe. Aux Etats-Unis «The South Coast Air Quality Management District» (SCAQMD) veut réduire jusqu'à l'an 2010 de 90% la pollution dans une grande partie de la Californie. Pour ce faire, toutes les entreprises de 50 employés et plus doivent présenter un plan de réduction de trafic, sans quoi ils doivent payer de très grosses amendes. Pour satisfaire aux exigences du SCAQMD, de nombreuses entreprises ont encouragé le télétravail, installé des télécentres près des domiciles de leurs employés et introduit des semaines de trois ou quatre jours de travail

- revitalisation des espaces ruraux grâce à l'implantation de télécentres
- création de nouveaux emplois qualifiés. En théorie, le télétravail pourrait permettre aux personnes qui vivent dans des régions touchées par le chômage de trouver un travail dans une entreprise éloignée sans pour autant avoir à se déplacer. Bien évidemment, ce cas de figure suppose que le chômeur en question dispose des moyens intellectuels et matériels pour envoyer une candidature à distance et faire le travail demandé
- le télétravail peut permettre à des personnes physiquement handicapées de s'intégrer dans le circuit professionnel



## Télétravail et Re-engineering

Outre les avantages manifestes que peut apporter le télétravail s'il est appliqué de manière raisonnable, il semble que son émergence soit en partie une conséquence de la récente popularité du «business process re-engineering» (BPR) auprès de chefs d'entreprises du monde entier. Cette technique de management est née aux Etats-Unis à la fin des années 1980 et a rapidement été adoptée par de nombreuses sociétés européennes. Bien qu'il existe aujourd'hui différentes interprétations et définitions du BPR, le télétravail est considéré comme étant un élément essentiel de cette nouvelle forme de management d'entreprise.

En effet, l'idée derrière le BPR n'est pas de diminuer les coûts et le temps de production en optimisant les opérations existantes, mais bien au contraire de remettre en question toutes les opérations pour repartir pour ainsi dire à zéro. L'idée maîtresse étant d'utiliser au maximum les nouvelles techniques de communi-

cation et les nouveaux modes de travail. Ceci afin de responsabiliser davantage les travailleurs et d'obtenir une organisation capable de répondre tout de suite aux attentes du marché et du consommateur. On parle souvent dans ce contexte d'une «compression horizontale» c-à-d d'un rassemblement de différentes tâches en une seule. Cela implique bien évidemment que l'employé qui héritera de cette nouvelle tâche puisse avoir à chaque instant accès à toute une gamme d'informations, qu'il se trouve au bureau, à la maison, sur le site de production ou en chemin.

Dans un projet de recherche mené en interne au sein de l'INFPC (Institut national pour le développement de la formation professionnelle continue) les auteurs du rapport estiment que «Aujourd'hui, le télétravail prend un tournant décisif. Originellement conçu comme le travail à domicile pour certaines professions bien ciblées, il prend corps dans des modèles organisationnels de très grandes firmes. La vocation même du télétravail est en train d'être profondément modifiée. En effet, les grandes entreprises comme les PME spécialisées dans certains services ou productions axent leur développement économique et organisationnel sur le concept du télétravail. Les enjeux sont donc très importants car il s'agit là d'une rupture radicale avec notre manière traditionnelle de concevoir le travail dans notre société. De nouveaux profils de salariés résultent ainsi de ces nouvelles formes de travail.»

Avec le télétravail, l'organigramme pyramidal perd de son importance au profit d'une organisation horizontale du travail et de l'échange. Le télétravail risque donc de chambouler à terme les relations hiérarchiques existantes. Dans un tel scénario, le salarié élargit le champ de ses compétences, avec comme danger, la dispersion et la dilution des responsabilités. Intervient alors la nécessité de fixer des objectifs individuels, réalistes et mesurables.

Le télétravail demande évidemment un effort de formation de la part du télétravailleur. Outre l'acquisition des compétences nécessaires à l'exercice du métier envisagé, le télétravailleur devra s'initier aux nouvelles technologies de l'information et apprendre à manier un matériel informatique sophistiqué. Cette formation se fera à l'avenir bien souvent directement sur un PC lié à un réseau, ce qui suppose une acceptation et une connaissance des supports informatiques chez le salarié. L'employeur (si employeur il y a) devra mettre en garde son employé, le préparer à sa situation de travailleur isolé et essayer de maintenir le sentiment d'appartenance à un réseau ou une entreprise même éloignée.

Xavier Darmstaedter, le président de la BTA (Belgian Teleworking Association) pense que le télétravail va révolutionner l'organisation structurelle des grandes entreprises: «C'est toute une philosophie qui est en train de changer. Aujourd'hui encore, les gens sont payés pour leur présence dans l'entreprise. C'est au manager de donner des instructions pour que cette présence, concrétisée par des frais fixes, se transforme en revenus qui, eux, sont variables. Actuellement, le recentrage des activités des entre-

prises ne se situe pas seulement au niveau du core business mais aussi sur la manière d'organiser le travail. La sous-traitance, à laquelle on fait de plus en plus souvent appel, est une manière de transférer une partie de la responsabilité du résultat vers la bas. Le sous-traitant sert de tampon aux fluctuations du marché. De plus en plus, le manager a pour mission de réaliser un subtil mélange entre l'utilisation des moyens propres et le recours à la sous-traitance. Le problème est de définir des procédures qui permettent aux gens de s'inscrire dans un tel processus. Du côté des travailleurs se pose le problème de s'intégrer dans un processus de travail, tandis que du côté des employeurs se pose le problème du contrôle du processus. Les uns et les autres doivent convenir des résultats à atteindre en termes de quantité, de qualité et de délai. Ce n'est pas facile. Cela implique un changement de mentalité, une relation basée sur la confiance.»

### Les pièges du télétravail

Mettre en place un réseau de télétravail efficace n'est pas chose aisée. Force est de constater que toutes les expériences faites autour du télétravail n'ont pas toujours été positives et les bienfaits escomptés ont bien souvent été accompagnés d'inconvénients non négligeables. Car si l'idée de travailler chez soi peut paraître séduisante pour de nombreux travailleurs et en particulier pour les femmes qui désirent s'occuper de leur enfants tout en gardant leur activité professionnelle, il s'est avéré que le télétravail à domicile à plein temps recèle des implications négatives qui n'apparaissent qu'à long terme.

Le travailleur qui, dans un premier temps, se réjouit de travailler chez lui va, peut-être, trouver des inconvénients dans le fait d'être coupé de ses collègues ou de perdre des possibilités d'avancement et de perfectionnement.

Il faut également se rendre à l'évidence que tout le monde n'est pas fait pour être télétravailleur. Le télétravail demande en effet un grand degré de responsabilité et de motivation. D'un autre côté, tous les domiciles ne sont pas faits pour accueillir un télétravailleur. Un employé peut dans certains cas éprouver plus de mal à se concentrer chez lui qu'au bureau.

Un sondage mené en Grande-Bretagne a montré que de nombreux chefs d'entreprises ne sont pas sûrs de pouvoir mener une équipe à distance. Beaucoup de chefs d'entreprises ont également manifesté des doutes sur la motivation de leur personnel et pensent que le travail à domicile aboutirait à une perte de productivité.

Enfin, tous les travaux ne se prêtent pas à un traitement à distance. Beaucoup d'activités gagnent à être partagées en groupe, notamment dans le cas de travaux créatifs où les membres d'une équipe peuvent s'encourager et se motiver mutuellement.

Aucune de ces considérations est nécessairement une barrière pour le développement du télétravail, elles démontrent simplement comment les choses peuvent mal tourner lorsqu'un programme de télétravail n'est pas bien préparé.

## Le télétravail et la législation luxembourgeoise



Victor Gillen

Dans le cadre du cycle de conférences sur le télétravail, qui a eu lieu à la Chambre de Commerce le jeudi, 11 décembre 1997, Merkur s'est entretenu avec Maître Victor Gillen, avocat à la Cour, sur la situation légale des télétravailleurs au Luxembourg ainsi que sur les enjeux liés à cette nouvelle forme de travail.

### **Merkur: Il n'existe ni au Luxembourg ni en Europe un statut légal du télétravailleur. Quelles peuvent être les conséquences de ce vide juridique?**

Maître Victor Gillen: On en est arrivé à cette situation tout simplement parce les employeurs au Luxembourg et dans les pays limitrophes n'ont pas l'habitude de recruter des salariés qui ne travaillent pas dans l'enceinte de l'entreprise, mais soit à domicile – ce qui suscite un grand nombre de questions – soit dans des centres de télétravail. Cette dernière solution pose moins de problèmes, car le fonctionnement des télécentres est plus facile à contrôler et donc à régler.

Parlons d'abord des centres de télétravail. Leur situation est bien plus transparente d'un point de vue légal, puisqu'il s'agit en règle générale d'un groupe de bureaux accessible au patron. Il existe dans ces centres une certaine structure et organisation qui rendent une supervision possible. Le secret professionnel et la discrétion sont bien assurés. Dans le cas de figure d'une personne travaillant seule à domicile, il se pose toute une série de problèmes, notamment en ce qui concerne la non-concurrence, la discrétion dans le maniement de documents confidentiels et ainsi de suite. Au bureau, un patron peut toujours garder un œil sur



ses employés. Cela n'est bien évidemment pas possible dans une relation de télétravail.

Un autre problème se pose au niveau de l'organisation du travail. Le bureau du télétravailleur lui appartient en principe, puisqu'il fait partie de son domicile. Le patron, soucieux de contrôler son employé, a-t-il un droit d'accès au bureau du télétravailleur? Il ne peut bien évidemment pas accéder au domicile du télétravailleur sans son accord. Une inspection des lieux de travail n'est donc pas possible sans violer les droits du télétravailleur. D'autre part, qu'en est-il de l'ameublement du bureau et du matériel informatique? Qui en est le propriétaire? On peut imaginer que le télétravailleur travaille sur son ordinateur personnel. Se pose alors la question de la note d'électricité. Le télétravailleur a bien sûr le droit de demander une indemnisation sous forme de participation aux frais.

**Merkur: Une législation commune apportant des réponses à toutes ces questions est-elle envisageable ou bien la matière est-elle trop complexe pour faire l'objet d'une réglementation efficace?**

Victor Gillen: Je crois qu'il est tout à fait possible de légiférer sur le plan international et notamment européen, car les problèmes transnationaux liés aux télétravail touchent surtout à la confidentialité des données. A supposer que le télétravail soit adopté par les banques ou bien par d'autres secteurs encore plus sensibles, qu'en sera-t-il du secret des documents remis par un employeur luxembourgeois à un télétravailleur, belge, français ou allemand? Que faire si des agents de la police judiciaire ou des douanes des pays limitrophes faisaient une perquisition chez tel ou tel employé d'une banque ou société luxembourgeoise?

Un second problème est celui de l'impossibilité. Où se trouvera le domicile fiscal d'un salarié étranger qui travaille à domicile pour un entrepreneur luxembourgeois? Devra-t-il payer ses impôts au Luxembourg ou dans son pays? Un troisième problème qui exige une réponse transnationale est celui de la sécurité sociale. Notre candidat devra-t-il cotiser dans le pays dans lequel il est domicilié ou bien sera-t-il assuré au Luxembourg tout comme le sont à l'heure actuelle les employés résidents étrangers? Ce sont là des questions auxquelles le ne peut répondre le législateur luxembourgeois, mais qui nécessitent au contraire une réglementation européenne.

**Merkur: Comme il n'existe pas encore de législation sur le télétravail, quelle est la situation légale des télétravailleurs au Luxembourg aujourd'hui?**

Victor Gillen: Prenons le cas d'un employé qui travaille pour un patron luxembourgeois sur le territoire du Grand-Duché. Dans ce cas, la loi normale régissant les relations entre employés privés et patrons est applicable, même si la situation du téléemployé est quelque peu spécifique. Mais en ce qui concerne la durée du travail, les droits et devoirs de l'employé et de l'employeur, la discrétion et ainsi de suite, la loi du travail luxembourgeoise de 1989 reste applicable.

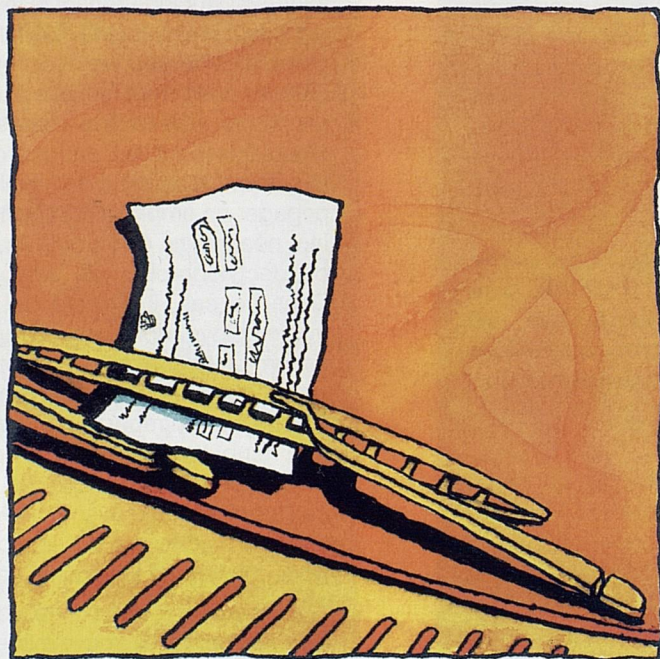
Il faut évidemment faire la différence entre le télétravailleur indépendant et le télétravailleur qui est simplement salarié. Le télétravailleur indépendant offre ses services quasiment en tant qu'entreprise unipersonnelle à un certain nombre de clients. Ces télétravailleurs peuvent être intéressants pour les patrons qui n'ont pas les moyens ni la quantité de travail nécessaire pour engager un employé supplémentaire mais veulent néanmoins évacuer un surplus de travaux de dactylographie, de comptabilité ou autre. Dans ce cas, il n'existe pas de rapport patron/employé, donc pas de rapport de subordination. Le télétravailleur reçoit une charge qu'il doit accomplir dans un certain laps de temps et touche en contrepartie non pas un salaire mais une rétribution par page par exemple. Le télétravailleur s'organise comme il l'entend. Il doit se mettre en règle avec la TVA, payer ses taxes sur ses prestations de service, payer ses impôts, s'inscrire à la sécurité sociale, etc.

Lorsqu'il y a par contre une relation de subordination, on se trouve évidemment confronté au problème du contrôle du temps de travail. Le patron doit avoir un certain droit de regard sur son employé puisqu'il le paie par heure et doit donc être en mesure de contrôler si l'employé consacre son temps de travail à la tâche qui lui a été confiée.

**Merkur: Quand devons-nous avoir une législation sur le télétravail? Y a-t-il urgence?**

Victor Gillen: Au Luxembourg, le télétravail n'a pas encore posé de grands problèmes et reste encore un phénomène assez marginal. Mais il est évident que le télétravail permettra à un certain nombre de personnes d'entrer ou de retourner sur le marché du travail. Beaucoup de gens ne veulent pas, pour des raisons familiales ou autres, se déplacer au bureau, mais sont par contre prêts à travailler à domicile, parce que le télétravail leur permet d'accepter une activité professionnelle tout en faisant par exemple le ménage ou en s'occupant des enfants. Cependant, en cette période de chômage, cela peut poser problème puisque un certain nombre d'emplois qui pourraient être offerts à des chômeurs seront par la voie du télétravail offerts à des personnes qui n'ont pas nécessairement besoin d'un revenu supplémentaire.

**Voici le seul détail  
que notre contrat de leasing opérationnel  
ne couvre pas.**



Afin d'optimiser la gestion de votre parc automobile, le principe du calcul à Livre Ouvert, créé par Lease Plan, vous débarrasse de tout souci.

Votre contrat de leasing opérationnel couvre la totalité des frais: financement et amortissement du véhicule, assurances, taxes, entretiens, réparations, carburant et véhicule de remplacement...

Et pour qu'en fin de contrat, vous n'ayez que d'agréables surprises, Lease Plan s'engage à prendre en charge tout dépassement budgétaire ou à vous restituer intégralement toutes économies réalisées par rapport aux coûts précalculés.

Comprenez que, dans ces conditions, Lease Plan ne puisse également assurer le remboursement de vos procès-verbaux.

**Lease Plan**  **Luxembourg**  
**Entre nous tout est clair.**

## A la mémoire de Jean-Paul Thill

**1922-1997**

Le groupe Heintz van Landewyck est en deuil: son personnel, ses associés, ses amis.

Jean-Paul Thill, un des dirigeants les plus dynamiques et les plus efficaces pendant de longues années, nous a quittés pour toujours. Il avait 75 ans. Le grand voyageur qu'il était, sa vie durant, a entamé son dernier parcours dans le soleil diffus de ce 5 décembre 1997, faisant ses adieux discrets à un monde qu'il avait aimé avec passion et générosité.

Sa personnalité rayonnante laisse des marques indélébiles dans la mémoire de tous ceux qui l'ont approché.

Jean-Paul Thill était un de ces hommes rares, capables de concilier la rigueur que réclament les personnalités de chef d'entreprise avec le don de ceux qui savent que l'homme n'existe pas seulement pour administrer.

Que son épouse et son fils, sa famille et tous ceux à qui il était cher, trouvent dans ce portrait posthume le réconfort que peut apporter l'expression de notre tristesse et de nos condoléances émues.

Jean-Paul Thill est né à Luxembourg le 19 septembre 1922. Enrôlé de force par l'occupant nazi, il est envoyé au front russe, d'où il a la chance de pou-

voir rentrer en 1945, alors que sa famille le croyait disparu. Après avoir obtenu son diplôme d'ingénieur chimiste à Bruxelles, il entre au service de HvL en 1951. Ses qualités innées de négociateur l'orientent rapidement vers le secteur des achats qui lui fera courir inlassablement le monde, à la recherche de nouvelles sources d'approvisionnement et la découverte de techniques avancées.

A l'âge de 42 ans, en 1964, il est nommé directeur de P. Lorillard S.à r.l., à Ettelbruck. la «joint-venture» américaine qu'il fait prospérer dans les années 70 et qui est reprise par HvL en 1978.

Habitué à jeter son regard au-delà des frontières, il continue d'œuvrer, comme directeur de HvL jusqu'à sa retraite en 1988 et dans son rôle de conseiller avisé par la suite, à l'internationalisation progressive du groupe, indispensable à ses yeux pour son développement futur. Sa compétence professionnelle, son charisme personnel et son art subtil de négociateur, passionné et patient à la fois, ont contribué d'une façon déterminante à forger les contours du groupe HvL d'aujourd'hui.

Membre élu de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et administrateur de la FEDIL à partir de 1978, quand il y prit la succession de Robert Meyer, Jean-Paul Thill a mis au service du monde patronal et du pays sa vaste expérience sur le parquet des affaires internationales en même temps que ses qualités de conciliateur vigilant.

Jean-Paul Thill restera vivant dans nos cœurs.

Charles Krombach  
membre élu

## Nouvelle publication:

- **Electronic Commerce in Practice** (ICC publication no 945)

As millions of new users link up to the Internet each year, electronic commerce promises to transform the way we do business and the structure of enterprises themselves. But electronic commerce is still in its infancy, and many questions remain unsolved.

In *Electronic Commerce in Practice*, more than 30 writers from business and government take on the most pressing issues in the field and give their advice on how to deal with them.

Leaders in technology development – among them: Microsoft, Oracle, Hewlett-Packard and Nokia – discuss their strategies for an electronic age.

International policy makers from the International Telecommunications Union, SITA, the OECD and the European Commission frame the regulatory issues. And successful website managers discuss their secrets of the trade.

A book for professionals and those new to the field, *Electronic Commerce in Practice* is the essential guide to the new business challenges before us.

Book: A4 format, 190 pages, hardback, ICC publication no 945, price: 2150 LuF.

### Nouveaux titres, disponibles début 1998 (en anglais):

- No 556: ICC Model International Sale Contract (avec disquette)
- No 584: Shipping at Risk (ICC Commercial Crime Services, London)
- No 585: Money Laundering (ICC Commercial Crime Services, London)
- No 943: Dispute Resolution in Asia (Kluwer)
- No 944: Countertrade (Euromoney)
- No 945: Electronic Commerce in Practice (voir ci-dessus)
- No 946: The New ICC Arbitration Rules: A Commentary (Kluwer)
- No 589: Incoterms Questions and Answers.

## Séances d'information sur l'Euro

Dans le cadre de l'«Action euro 1997-2002», la Chambre de Commerce, en collaboration avec la Chambre des Métiers, la Confédération du Commerce Luxembourgeois, l'Horesca et la Fédération des Artisans, organise au cours du premier semestre 1998 une série de séances d'information délocalisées destinées à sensibiliser et à informer les entreprises quant à l'introduction et à l'impact de la monnaie unique.

Après deux interventions à Ettelbruck et à Grevenmacher, les prochaines séances d'information qui sont organisées avec l'appui des unions commerciales locales, se tiendront aux lieux et dates suivantes:

- lundi, 9 février à Esch-sur-Alzette
- mardi, 10 mars à Wiltz
- mardi, 24 mars à Echternach
- mardi, 28 avril à Rédange-sur-Attert

Les séances se tiennent en langue luxembourgeoise en début de soirée (sauf Wiltz l'après-midi). Des séances supplémentaires pourront avoir lieu en fonction de la demande des entreprises ou de leurs unions commerciales représentatives.

Les chambres professionnelles adresseront un formulaire d'inscription à leurs membres respectifs de la région en temps utile et restent à leur disposition pour toute question supplémentaire.

## Place bancaire Sous le signe de l'euro

La création d'une Union Economique et Monétaire continue à animer le débat. Le Luxembourg aura demain une monnaie mondiale unique, forte et stable. Mais nombre de problèmes économiques et politiques se cachent au cœur de ce projet ambitieux. L'intégration européenne est une aventure qui charrie son lot de doutes et d'incertitudes. Sa mise en place impose aux banques une restructuration profonde en ce qui concerne la gamme de leurs services, leurs systèmes d'information et méthodes de travail. Elle met en branle des réflexions concernant les orientations stratégiques, la gestion des ressources, l'approfondissement des partenariats et les regroupements. Les mouvements de concentration dans la finance mondiale se poursuivent inéluctablement. La Place Financière de Luxembourg en subit les impacts. Mais, quelle que soit leur taille, les banques devront oser, entreprendre et rester compétitives. Elles de-

vront considérer l'euro non pas uniquement comme un facteur de coût, mais bien comme un catalyseur de l'innovation et du développement.

1997 aura été une bonne année pour les banques luxembourgeoises. Malgré la crise et les turbulences qui affectent les marchés financiers du sud-est asiatique, les banques peuvent se réjouir de l'évolution positive de leurs activités et de ses effets positifs pour tous ceux qui leur font confiance: à leurs clients qui bénéficieront de l'effet de la concurrence entre des banques rentables; à leur personnel pour qui la rentabilité de l'entreprise constitue la seule véritable garantie pour la sécurité d'emploi; aux pouvoirs publics, partenaires toujours présents et exigeants, auxquels ils apportent une contribution importante en matière de financement du budget et enfin – ce qui n'est pas le moins important – à leurs actionnaires qui entendent être correctement rémunérés. 1997 aura été aussi au Luxembourg une bonne année sur le plan de l'emploi. Selon des indications provisoires, on a pu enregistrer un accroissement net de l'effectif et quelques centaines d'emplois ont été créés.

1997 aura été une mauvaise année pour nos banques en ce qui concerne l'image dans les médias étrangers. Certaines affaires sont régulièrement réchauffées comme s'il s'agissait d'un feuilleton croustillant. Les Luxembourgeois restent souvent frustrés face à l'image négative que nous renvoyent certains milieux, qu'il s'agisse de la collaboration de notre pays avec les autorités étrangères, de la fiscalité ou du secret bancaire. Cette évolution négative ne doit pas nous amener à baisser les bras, mais doit au contraire nous inciter à poursuivre résolument nos efforts sur la double voie dans laquelle nous nous sommes engagés.

D'une part, effort d'autorégulation. Une saine déontologie vaut souvent mieux qu'un formalisme coûteux et inefficace. Le secteur bancaire luxembourgeois reste d'ailleurs l'un des mieux encadrés et contrôlés au sein de l'Union européenne. Le



Luxembourg ne pourra laisser porter atteinte à son crédit. D'autre part, politique de communication, qui continuera à souligner que le banquier est tenu à un devoir strict de discrétion tout en participant à la lutte contre le blanchiment d'argent. Nous soutenons à fond le Gouvernement dans ses efforts déployés sur le plan européen et nous partageons les conclusions en matière de politique fiscale. Mais en même temps, nous surveillons d'un œil vigilant les atteintes arbitraires à notre image de professionnels de la finance.

Si le Luxembourg réussit à temps à placer le cadre d'activité de son secteur financier sous le signe du dynamisme et de la flexibilité, l'avenir de sa place financière dans l'Europe nouvelle peut être envisagé avec confiance. La compétitivité et la créativité forment les conditions du succès. Une réduction générale de la durée du travail ne fera qu'alourdir les coûts et ne créera pas d'emplois. La lutte contre le chômage dépend des réformes structurelles permettant de réduire les frais généraux de l'économie, de libé-

rer les initiatives, d'assouplir le fonctionnement du marché du travail. Aujourd'hui, le terrain est européen et les exigences y sont sévères. Seule une collaboration très étroite entre tous ceux qui sont concernés permettra à notre pays de conserver, et si possible de renforcer, la place qu'il occupe actuellement. Le métier de banquier reste un métier d'avenir.

Le prochain nouvel-an que nous fêtons ensemble coïncidera avec la naissance réelle de l'Union Economique et Monétaire. Nous connaissons depuis 8 mois les partenaires et les parités de la monnaie unique et nous saurons la décision du référendum danois. Les présidences britannique et autrichienne auront conduit le paquebot européen dans le port incertain d'une union de production et de consommation qui est la plus forte de la planète. Concentrons nos efforts pour être parés à ce rendez-vous important de l'Europe avec son histoire, une histoire tellement tourmentée au cours des siècles, qu'un rendez-vous manqué serait une catastrophe.

Paul Meyers

**Le 5 février 1998**

## Conférence «Management environnemental EMAS / ISO 14001»

Comment concilier performances de l'entreprise et protection de l'environnement? Le management environnemental peut-il engendrer des avantages réels dans votre entreprise? C'est à ces questions que tenteront de répondre de façon concrète des industriels certifiés ISO 14001 ou enregistrés EMAS au cours de la conférence «Management environnemental EMAS / ISO 14001» organisée par Luxcontrol LC Académie en collaboration avec la FEDIL, Fédération des Industriels Luxembourgeois et avec la présence du Ministre de l'Environnement le jeudi 5 février 1998 à 13h45 à la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg dans la grande salle au rez-de-chaussée.

### Programme: 13h45-17h45

- Accueil des participants – M. Nicolas Soisson, Directeur de la FEDIL (Fédération des Industriels Luxembourgeois), M. Georges Mathgen, Administrateur délégué, Luxcontrol SA
- La Politique Environnementale du Luxembourg et le règlement européen EMAS – M. Johny Lahure, Ministre de l'environnement et de la Santé, Luxembourg
- Le règlement européen 1836/93 EMAS: Situation en Europe et évolution – Mme Valérie Drezet, Administrateur adjoint, Commission Européenne, DG XI
- Etude de cas: Mise en place EMAS et ISO 14001 sur un site de production de pneumatiques: moti-

vations, difficultés et retombées – M. Richard Lavergne, Responsable Environnement, Usine Continental Sarreguemines, France

- Praxisbericht: Erfahrung bei der Einführung eines integrierten Managementsystems – M. Michael Becker, Bereichsleiter Umwelt- und Qualität, Gerolsteiner Brunnen, Deutschland
- La déclaration environnementale EMAS: risque ou chance? – M. Bob Schütz, Responsable des affaires environnementales, Dupont de Nemours, Luxembourg
- Le rôle des autorités publiques en matière de management environnemental – Jean Biver, Administration de l'environnement, Luxembourg
- Le management environnemental dans les entreprises luxembourgeoises: situation et point de vue des institutions – M. René Winkin, FEDIL (Fédération des Industriels Luxembourgeois), M. Tom Theves, Chambre de Commerce, M. René Theisen, Chambre des Métiers
- La certification ISO 14001 – M. Albert Lucas, Responsable de certification ESCM asbl, Luxembourg
- Discussion et synthèse
- Buffet

### Modalités d'inscription

3.800 Flux TTC, correspondant aux frais de participation, de documentation et de restauration. Le paiement est réglable par avance au compte: BGL 30-161207-27, Banque générale de Luxembourg. Pour vous inscrire ou obtenir tout renseignement, contactez: **Luxcontrol sa Lc Académie**, Dr. Detlef Rosemann ou Corinne Removille, tél. 00352/54 77 11-218 ou 279, fax 00352/54 79 30, e-mail: [academie@luxcontrol.com](mailto:academie@luxcontrol.com) ou Internet: [www.luxcontrol.com](http://www.luxcontrol.com), rubrique «Quoi de Neuf?»

## Globe 98

# Salon de l'environnement à Vancouver

La 5<sup>e</sup> édition de GLOBE figure parmi les foires commerciales et conférences internationales les plus importantes au monde consacrées à l'environnement. Un forum commercial d'envergure internationale accueille plus de 500 participants en provenance du monde entier qui y présentent leurs nouveaux produits, services et technologies dans le secteur environnemental. 50 pays y sont représentés. La conférence GLOBE 98 propose plus de 200 orateurs au cours de 70 séances. Le service commercial et économique de l'Ambassade du Canada se charge en collaboration avec les organisateurs de GLOBE 98 d'élaborer un programme individuel sur mesure pour les sociétés belges et luxembourgeoises à la recherche de partenaires. Renseignements: Fabienne De Kimpe, Service Commercial, Ambassade du Canada, tél. 0032/2/7 41 06-21, fax 0032/2/7 41 06-06.

## Lampes à huile

### Attention danger!

L'Inspection du travail et des mines informe nos lecteurs que des lampes à huile décoratives contenant des huiles minérales colorées et parfumées ont provoqué un certain nombre d'accidents dans les Etats membres de l'Union Européenne après absorption de l'huile par des enfants. Le problème tient en partie à l'huile et en partie à la conception des lampes. De jeunes enfants attirés par la couleur et le parfum des huiles essayent de les boire. Ces huiles sont dangereuses et, si elles sont consommées, peuvent provoquer de graves lésions aux poumons ou même entraîner la mort.

Les lampes à huile en question sont simplement composées d'un récipient en verre ouvert contenant de l'huile minérale et d'une mèche trempée dans l'huile qui lui permet de brûler. Deux types d'huile sont utilisés dans ces lampes: kérosène (pétrole lampant) et paraffine. Ces substances classées comme dangereuses sont largement vendues au détail.

On compte quelque dix empoisonnements par an dans l'ensemble de l'UE. Les accidents se produisent généralement au foyer. De jeunes enfants, la plupart du temps âgés de 1 à 3 ans, boivent l'huile à même la lampe ou l'aspirent par la mèche. Même une faible quantité d'huile pour lampe suffit pour provoquer de graves complications aux poumons. Des lésions pulmonaires spécifiques peuvent généralement être constatées dans les douze heures suivant l'accident et peuvent subsister pendant plusieurs semaines, voire

des années. Dans les cas les plus graves, l'enfant empoisonné perd très vite conscience et peut décéder.

Des cas de pneumonie chimique ne sont pas rares. Cette maladie peut réduire la fonction et le volume pulmonaire si elle n'est pas correctement traitée. A long terme, des lésions aux muscles bronchiques inférieurs peuvent également se produire dans un délai de 8 à 14 ans après l'accident.

## Investissements environnementaux

### Conditions préférentielles pour les PME

Le Fonds Européen d'Investissement (FEI) et la Banque Générale du Luxembourg ont signé une convention dans le cadre du projet pilote «Croissance et environnement». Ce projet, dont le Parlement européen est l'instigateur et qui bénéficie d'une enveloppe budgétaire allouée par la Commission européenne, est destiné à faciliter l'accès des PME à des sources de financements à des conditions préférentielles, couvrant des investissements à caractère environnemental.

La gestion de ce programme est confiée au FEI, créé en 1994 par la Commission européenne, par la Banque Européenne d'Investissement et par des institutions financières publiques et privées des 15 Etats membres.

Dans le cadre du programme «Croissance et Environnement», le FEI fournit une garantie à des banques agréées pour ce programme couvrant, tout en suivant certains critères financiers d'éligibilité, la moitié du prêt bancaire finançant le projet d'investissement réalisé par une PME et ayant un impact favorable direct ou indirect sur l'environnement. La Banque Générale du Luxembourg est aujourd'hui la seule banque luxembourgeoise agréée par le FEI pour le programme «Croissance et Environnement».

## Protêts

### Abonnement annuel

- LIVRE alphabétique (6 mois) des protêts de traites acceptées (2 livres)
- + index alphabétique et par date des ordonnances de référé-provision
- + listes de jugements + faillites
- + a) listes de protêts **mensuelles**
- b) listes des ordonnances de référé-provision **mensuelles**

### Abonnements: Agence AVUS

Fax 46 65 50 = 24 heures

Tél. 22 68 22 = matin si possible

## Nouveau programme des missions de promotion économique pour le premier semestre 1998

Monsieur Jacques F. Poos, Vice-Premier Ministre et Ministre des Affaires Etrangères, du Commerce Extérieur et de la Coopération, se rendra en République de Slovénie, du 18 au 20 mars 1998. A cette occasion il sera constitué une délégation économique qui accompagnera le Vice-Premier Ministre.

La mission économique initialement prévue du 8 au 12 juin en Autriche et en Slovénie n'aura pas lieu.

\*) La mission de promotion économique prévue d'être effectuée du 7 au 14 mars 1998, au Brésil, en Argentine et au Chili n'aura pas lieu aux dates prévues. Du fait qu'il est envisagé d'effectuer une visite d'Etat au Chili à la fin de l'année 1998, il a été décidé de reporter la mission de promotion économique en Amérique Latine et de l'organiser à l'occasion de la visite officielle.

\*) Mission de promotion économique en République de Hongrie (Budapest) et en République de Pologne (Warszawa), du 20 au 23 avril 1998

Mission de promotion économique en Russie (Moscou), du 8 au 10 juin 1998

Les missions précitées seront présidées par S.A.R. le Grand-Duc Héritier.

Pour des renseignements complémentaires, veuillez contacter la Chambre de Commerce, Madame Romaine Hirschler, tél. 42 39 39-305, fax 43 83 26.

## Salon à l'envers

Après le grand succès rencontré par la première et deuxième édition du «Salon à l'Envers», la Région Lorraine, la DRIRE Lorrain, la DRCE de la Lorraine, la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de Lorraine, la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Sarre, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Libramont et la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg organiseront la troisième édition du «Salon à l'Envers» à Thionville, le **13 mars 1998**.

Au delà d'une nouvelle forme de marketing achat et d'une nouvelle forme de dynamisme commercial, ce salon constitue un moyen original de créer un autre type de relations entre clients et fournisseurs.

Dans le «Salon à l'Envers», les visiteurs viennent vendre et les exposants achètent. Tous les secteurs d'activité sont invités à participer à ce salon, soit comme donneur d'ordres (exposant) soit comme visiteur.

Le «Salon à l'Envers» présentera aux PME/PMI régionales les besoins en produits et services des grands donneurs d'ordres de l'espace Saar-Lor-Lux.

Quelques chiffres sur l'édition 1997: 24 donneurs d'ordres, 200 besoins exprimés, 300 participants représentant 200 entreprises, 1.000 contacts établis.

Pour obtenir des renseignements complémentaires pour le «Salon à l'Envers», les entreprises peuvent s'adresser à la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, Monsieur Edouard Vollmar, tél. 42 39 39-313.

## Gateway II:

## Pour les intéressés du Japon

La campagne de promotion Gateway II s'annonce avec des résultats encourageants pour la première année. En effet, réconforté par les résultats encourageants

## La Chambre de Commerce est à votre service:

- Consultations juridiques gratuites
- Formation professionnelle
- Documentation économique
- Informations sur le commerce extérieur
- Renseignements commerciaux
- Assistance technique aux petites et moyennes entreprises

Quels que soient vos problèmes, adressez-vous à la Chambre de Commerce, qui tient ses services spécialisés à la disposition de ses ressortissants.

geants du programme «Gateway I», par lequel la Commission a aidé quelque 600 entreprises à développer des stratégies de commercialisation avec le Japon, ce sont cette fois 1.000 entreprises, surtout des PME, que le programme «Gateway II» vise à aider.

Afin de bénéficier du soutien européen, les entreprises doivent appartenir à l'un des dix secteurs suivants: matériaux de construction, équipements médicaux, équipements maritimes, techniques de gestion des déchets, manutention mécanique, machines d'emballage, technologies de l'information, alimentation et boissons.

Quarante événements (24 missions commerciales et 16 foires) seront organisés pour les quatre années à venir.

**Programme 1998**

Secteur	1998
Équipement médical	<b>Internationale Modern Hospital Show</b> 9-11 juillet 98
Équipement maritime	Mission commerciale 9-13 novembre 1998
Alimentation /Boisson	Mission commerciale 8-12 juin 98
Matériaux de construction	Mission commerciale décembre 98
Gestion des déchets	<b>Wastetech'98</b> 20-23 octobre 1998
Manutention	Mission commerciale février <b>Logis Tech Trade Fair</b> 20-24 octobre 98
Produits de loisirs	<b>Leisure &amp; Recreation Trade Fair</b> 25-27 février 98
Machines d'emballage	Mission commerciale 9-13 mars 1998 <b>Tokyo Pack Trade Fair</b> octobre
Technologies de l'information	<b>Comdex Trade Fair</b> 6-9 avril 98

Pour tout renseignement supplémentaire, les personnes ou entreprises intéressées peuvent s'adresser à la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, Service Commerce Extérieur, Mme Carine Hardt (tél. 42 39 39-314, fax 43 83 26, e-mail comex@cc.lu).

**WASTEC '98**

La Chambre de Commerce a l'avantage de vous informer que dans le cadre de la campagne de promotion des exportations vers le Japon de la Commission de l'Union Européenne intitulée «Gateway to Japan II», une foire sera organisée pour le secteur des techniques de gestions de déchets.

Cette foire, subventionnée par la Commission, se déroulera du 20 au 23 octobre 1998 au Japon et aura

pour but principal d'établir des contacts pour les entreprises participantes.

Pour toute information complémentaire, nous vous prions de prendre contact **avant le 20 mars 1998** avec Mme Carine Hardt, (tél. 42 39 39-314, fax 43 83 26, e-mail comex@cc.lu).

**Food and Drinks**

Une deuxième mission, subventionnée par la Commission, se déroulera du 8 au 12 juin 1998 au Japon et aura pour but principal d'établir des contacts pour les entreprises participantes. Après le succès rencontré lors de la première mission, Eurochambres et la Commission se font un plaisir d'annoncer cette deuxième mission dans ce domaine.

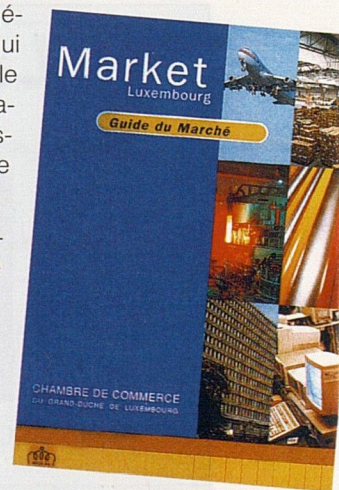
Pour toute information complémentaire, nous vous prions de prendre contact **avant le 2 février 1998** avec Mme Carine Hardt, (tél. 42 39 39-314, fax 43 83 26, e-mail comex@cc.lu).

**Guide du Marché Luxembourgeois**

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg vient de publier la 17<sup>e</sup> édition du «Guide du Marché Luxembourgeois». Ce guide a pour but de promouvoir les relations commerciales des entreprises luxembourgeoises avec l'étranger et d'informer les hommes d'affaires étrangers sur les possibilités d'achat et de vente au Luxembourg. Rédigé en trois langues, français, anglais et allemand, ce livre contient les coordonnées d'environ 850 entreprises industrielles, producteurs, exportateurs, importateurs, revendeurs et prestataires de services. Les données relatives aux entreprises (produits, emplois, capital social) ont été obtenues sur base d'une enquête, effectuée en 1997.

Le «Guide du Marché Luxembourgeois», divisé en trois parties, offre une vue d'ensemble des entreprises luxembourgeoises distinguées suivant qu'il s'agit de producteurs, de revendeurs ou de sociétés de services. En outre, le guide contient un grand nombre d'adresses utiles (banques, compagnies d'assurances, experts comptables, réviseurs d'entreprises, avocats, architectes, ingénieurs-conseils, etc) pour celui qui cherche des contacts avec le Luxembourg ainsi qu'un bref tableau des principales caractéristiques de l'économie de notre pays.

Les intéressés peuvent se procurer des exemplaires de ce guide au prix de 750 F/exemplaire auprès du **Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce**, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg, tél. 42 39 39-312 (Mlle Véronique Hengen), fax 43 83 26.





# Leasing

Le financement qui allie performance et flexibilité



Financez vos investissements à 100% tout en gardant intacts vos moyens propres et diverses sources de financement pour d'autres utilisations.

Profitez d'un taux fixe performant, d'une flexibilité totale et des nombreux avantages fiscaux spécifiques à cette formule de financement.

Si vous êtes chef d'entreprise, artisan, commerçant ou si vous exercez une profession libérale, contactez-nous!



## CREDITLEASE

Société Anonyme

Société de leasing et de location

Filiale du Crédit Européen S.A.

50, route d'Esch L-1470 Luxembourg, Téléphone 45 88 48 / 49 / 50, Téléfax 45 81 03

# Messen und Ausstellungen März 1998

Merkur 1 • 1998

## **BDN – Budapester Modetage**

**01.03.-03.03.1998 Budapest (H)**  
Internationale Textil-, Heimtextil- und Bekleidungsfachmesse  
Tel.: 0036/1/2 10 06-75

## **UKBA**

**01.03.-03.03.1998 Budapest (H)**  
Internationale Fachmesse für das Konditoren-, Bäcker- und Metzgerhandwerk mit Spezialbereich Catering und Gastronomie  
Tel.: 0036/1/2 63 60-00

## **Moda in – Tessuto & Accessori**

**02.03.-04.03.1998 Mailand (I)**  
Internationale Messe für Bekleidungstextilien und Accessoires  
Tel.: 0039/2/66 10 38-20

## **ENVITEC**

**02.03.-06.03.1998 Düsseldorf (D)**  
Internationale Fachmesse Technik für Umweltschutz und Entsorgung  
Tel.: 0049/211/45 60 01

## **Alimentaria**

**02.03.-06.03.1998 Barcelona (E)**  
Internationale Nahrungsmittelmesse  
Tel.: 0034/3/2 33 20-00

## **SANITÄR HEIZUNG KLIMA**

**03.03.-07.03.1998 Essen (D)**  
Fachausstellung für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik  
Tel.: 0049/201/7 24 40

## **CEVISAMA**

**03.03.-07.03.1998 Valencia (E)**  
Internationale Ausstellung für Baukeramik, Oberflächen- und Wandverkleidung, Rohstoffe, Glasuren, Schmelze und Maschinen  
Tel.: 0034/6/3 86 11-00

## **SALIMA**

**03.03.-07.03.1998 Brünn (CZ)**  
Internationale Nahrungsmittelmesse  
Tel.: 00420/5/41 15 11-11

## **PRAGOINTERIER**

**04.03.-07.03.1998 Prag (CZ)**  
Internationale Ausstellung für Möbel und Inneneinrichtung  
Tel.: 00420/2/24 19 52-01

## **MOTORRÄDER**

**04.03.-08.03.1998 Dortmund (D)**  
Internationale Motorrad-Ausstellung  
Tel.: 0049/2303/9 85 50

## **MICAM MODACALZATURA**

**05.03.-08.03.1998 Bologna (I)**  
Internationale Schuhmesse  
Tel.: 0039/2/80 97 21

## **Antiquitäten- und Kunstausstellung und Festival des Luxemburger Buches**

**05.03.-08.03.1998 Luxemburg (L)**  
Tel.: 00352/4 39 91

## **Automobil-Salon**

**05.03.-15.03.1998 Genf (CH)**  
Internationaler Automobil-Salon  
Tel.: 0046/22/7 61 11-11

## **BEAUTY SWISS**

**07.03.-08.03.1998 Zürich (CH)**  
Internationale Fachmesse für Kosmetik  
Tel.: 0046/41/3 60 14-41

## **ITB Berlin**

**07.03.-11.03.1998 Berlin (D)**  
Internationale Tourismus-Börse  
Tel.: 0049/30/3 03 80

## **WKM**

**07.03.-15.03.1998 Düsseldorf (D)**  
Westdeutsche Kunstmesse International Düsseldorf/Köln  
Tel.: 0049/211/45 60 01

## **Internationale Eisenwarenmesse, Welt-Centrum**

**08.03.-11.03.1998 Köln (D)**  
Werkzeug, Sicherungstechnik Schloss + Beschlag und DIY/TEC, Fachmesse für Bau- und Heimwerkerbedarf  
Tel.: 0049/221/8210

## **ROKA**

**08.03.-11.03.1998 Utrecht (NL)**  
Fachmesse für Nahrungs- und Genussmittel für den Einzelhandel  
Tel.: 0031/30/2 95 59-11

## **BIEMH**

**09.03.-14.03.1998 Bilbao (E)**  
Internationale Ausstellung für Werkzeugmaschinen  
Tel.: 0034/4/4 27 72-00

## **AUTOMATION EUROPE**

**10.03.-12.03.1998 Paris (F)**  
Ausstellung für Automatisierung und Datenverarbeitung  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00

## **Intertraffic**

**10.03.-13.03.1998 Amsterdam (NL)**  
Internationale Fachmesse für Entwurf, Verwaltung und Instandhaltung von Verkehrs- und Transport-Infrastrukturen  
Tel.: 0031/20/5 49 12-12

## **Internationale Ausstellung und Konferenz für Nahrungsmitteltechnologie**

**11.03.-13.03.1998 Kopenhagen (DK)**  
Tel.: 0044/1/71 91 60-377

## **Fluidtrans Compomac**

**11.03.-14.03.1998 Mailand (I)**  
Internationale Ausstellung für Antriebs-, Steuerungs- und Konstruktionstechnik  
Tel.: 0039/2/48 95 50-41

## **RESTAURATION PREMIERE**

**12.03.-14.03.1998 Paris (F)**  
Catering-Fachmesse  
Tel.: 0033/1/47 56 52-52

## **MIPEL**

**12.03.-15.03.1998 Mailand (I)**  
Internationale Lederwaren-Ausstellung  
Tel.: 0039/2/89 01 00-20

## **ENTERIOR-MILIO**

**12.03.-15.03.1998 Budapest (H)**  
Internationale Ausstellung für Glas, Porzellan, Keramik

und Innenausstattung  
Tel.: 0036/1/1 17 67-60

### **ÜNNEPNAPJAIK**

**12.03.-15.03.1998 Budapest (H)**

Festtage – Internationale  
Fachausstellung für Geschenke,  
Geschenkideen  
und Dienstleistungen  
Tel.: 0036/1/2 63 60-00

### **Auto Rostock**

**13.03.-15.03.1998 Rostock (D)**

Informations- und  
Verkaufsausstellung für PKW,  
Nutzfahrzeuge, Freizeitfahrzeuge,  
Zubehör und Dienstleistungen  
Tel.: 0049/381/80 90 70

### **INTERNORGA Hamburg**

**13.03.-18.03.1998 Hamburg (D)**

Internationale Fachausstellung  
für Hotellerie, Gastronomie,  
Gemeinschaftsverpflegung,  
Bäckereien und Konditoreien  
Tel.: 0049/40/3 56 90

### **PRIMAVERA**

**13.03.-22.03.1998 Genua (I)**

Messe für Haushaltsartikel,  
Geschenke, Ferien und Freizeit  
Tel.: 0039/10/5 39 11

### **CADEAUX Leipzig**

**14.03.-16.03.1998 Leipzig (D)**

Fachmesse für Geschenk-  
und Wohnideen  
Tel.: 0049/341/6780

### **SALON INTERNACIONAL BRICOLAGE**

**14.03.-22.03.1998 Madrid (E)**

Internationale  
Heimwerkerausstellung  
Tel.: 0034/1/5 43 17-02

### **EUROPACADO**

**15.03.-19.03.1998 Brüssel (B)**

Fachausstellung  
für Geschenkartikel  
und Wohnaccessoires  
Tel.: 0032/2/4 77 04-77

### **FLOREX**

**15.03.-19.03.1998 Brüssel (B)**

Fachausstellung für Floristenbe-  
darf und Gartengestaltung  
Tel.: 0032/2/4 77 04-77

### **INTHERM**

**17.03.-21.03.1998 Stuttgart (D)**

Internationale Fachmesse  
für Feuerungs-, Heiz- und  
Klimatechnik  
Tel.: 0049/711/2 58 90

### **CODEXPO/SCANTEX**

**18.03.-20.03.1998 Paris (F)**

Ausstellung für automatisierte  
Identifizierung und Computer-  
gestütztes Management  
Tel.: 0033/1/44 39 85-00

### **Ludimat Expo**

**18.03.-20.03.1998 Paris (F)**

Internationale Ausstellung Spiel in  
Ausbildung und Kommunikation  
Tel.: 0033/1/44 39 85-00

### **SOLUTIONS GPAO**

**18.03.-20.03.1998 Paris (F)**

Ausstellung für die Verwaltung von  
Industrieanlagen  
Tel.: 0033/1/44 39 85-00

### **SOLUTIONS GQAO**

**18.03.-20.03.1998 Paris (F)**

Ausstellung für Computergestützte  
Qualitätskontrolle  
Tel.: 0033/1/44 39 85-00

### **SOLUTIONS RESSOURCES HUMAINES**

**18.03.-20.03.1998 Paris (F)**

Ausstellung Datenverarbeitung  
und Ausbildung  
Tel.: 0033/1/44 39 85-00

### **SOLUTIONS VISION**

**18.03.-20.03.1998 Paris (F)**

Ausstellung für  
Überwachungstechnologie  
Tel.: 0033/1/44 39 85-00

### **Téléservices**

#### **Solutions Télétravail**

**18.03.-20.03.1998 Paris (F)**

Ausstellung und Konferenz  
für Computerheimarbeit und  
Teledienstleistungen  
Tel.: 0033/1/44 39 85-00

### **EUROSTAMPI**

**19.03.-21.03.1998 Mailand (I)**

Europäische Ausstellung und Kon-  
ferenz für Guss- und Spritztechnik  
Tel.: 0039/2/7 61 08-52

### **AUSTROGLAS**

**19.03.-21.03.1998 Salzburg (A)**

Internationale Fachmesse  
für Glas, Glasbearbeitung  
und Glasarchitektur  
Tel.: 0043/662/4 47 70

### **Fassade & Dach**

**19.03.-21.03.1998 Salzburg (A)**

Internationale Fachmesse  
für Dach-, Wand- und  
Abdichtungstechnik  
Tel.: 0043/662/4 47 70

### **Grind'Tec**

**19.03.-22.03.1998 Augsburg (D)**

Internationale Fachmesse für  
Schleiftechnik  
Tel.: 0049/821/25 76 90

### **GDS**

**19.03.-22.03.1998 Düsseldorf (D)**

Internationale Schuhmesse  
Tel.: 0049/211/45 60 01

### **CeBIT Hannover**

**19.03.-25.03.1998 Hannover (D)**

World Business Center Office –  
Information – Telecommunications  
Tel.: 0049/511/890

### **MOTORRAD-SALON**

#### **Karlsruhe**

**20.03.-22.03.1998 Karlsruhe (D)**

Internationale  
Motorrad-Ausstellung  
Tel.: 0049/2303/98 54 00

### **EURANTICA**

**20.03.-29.03.1998 Brüssel (B)**

Antiquitätenmesse Brüssel  
Tel.: 0032/4/3 84 50-52

### **CINEC**

**21.03.-23.03.1998 München (D)**

Internationale Fachmesse für Film-  
technik und Postproduktion  
Tel.: 0049/89/5 10 70

### **EXPO PRINTEMPS**

**21.03.-29.03.1998 Brüssel (B)**

Brüsseler Handelsmesse  
Tel.: 0032/2/4 77 04-77

**SÜDBLECH****24.03.-27.03.1998 Sinsheim (D)**Fachmesse für Blechbearbeitung  
Tel.: 0049/7025/9 20 60**MEDEC****25.03.-28.03.1998 Paris (F)**Ausstellung für Allgemeinmedizin  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**Sitad****25.03.-28.03.1998 Paris (F)**Internationale Fachausstellung  
für Dentaltechnik und  
zahnärztlichen Bedarf  
Tel.: 0033/1/48 74 11-08**Mostra Convegno  
Expocomfort****25.03.-29.03.1998 Mailand (I)**Internationale Fachausstellung  
Heizung, Klima, Kühlung,  
Sanitärtechnik und  
Badezimmereinrichtungen  
Tel.: 0039/2/48 55 01**Fur & Fashion Frankfurt****26.03.-29.03.1998 Frankfurt/Main**Internationale Fachmesse für Pelz,  
Leder und Materialmix  
Tel.: 0049/69/2 42 63-50**Fensterbau Nürnberg****26.03.-29.03.1998 Nürnberg (D)**Internationale Fachmesse  
für Fenster- und Fassaden-  
Technologie  
Tel.: 0049/91/1/8 60 60**BEAUTY INTERNATIONAL****27.03.-29.03.1998 Düsseldorf (D)**Internationale Fachmesse  
für Kosmetik  
Tel.: 0049/211/45 60 01**INTERMOTO****27.03.-29.03.1998 Saarbrücken (D)**Aktion-Messe für Bike,  
Kart und Cross  
Tel.: 0049/681/95 40 20**FERIEN-IMMOBILIEN  
München****28.03.-29.03.1998 München (D)**Internationale Messe für Häuser  
und Wohnungen in den schönsten  
Urlaubsregionen der Welt  
Tel.: 0049/89/5 10 74-41**IMMOFAIR München****28.03.-29.03.1998 München (D)**Immobilien-Messe  
für Eigentumswohnungen,  
Eigenheime, Anlageobjekte  
im In- und Ausland  
und Baufinanzierung  
Tel.: 0049/89/5 10 74-41**Inter-Schuh-Service****28.03.-29.03.1998 Wiesbaden (D)**Internationale Fachausstellung für  
das Schuhmacherhandwerk  
Tel.: 0049/611/1440**TrophyKA****28.03.-30.03.1998 Kassel (D)**Internationale Fachmesse für  
Ehrenpreise, Präsente und Pokale  
Tel.: 0049/6621/6 30 48**EXP'HOTEL****28.03.-01.04.1998 Bordeaux (F)**Ausstellung für Hotel- und Restau-  
rantbedarf  
Tel.: 0033/5/56 11 99-00**Alles für den Gast -  
Frühjahr****29.03.-01.04.1998 Salzburg (A)**Internationale Fachmesse  
für Gastronomie, Hotellerie  
und Feinkost  
Tel.: 0043/662/4770**Degusta****29.03.-01.04.1998 Salzburg (A)**Internationale Fachmesse  
für Tiefkühlkost und - technik  
Tel.: 0043/662/4770**SITS****30.03.-02.04.1998 Paris (F)**Internationale Ausstellung für  
Oberflächenbehandlung und In-  
dustrielle Veredelung  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**EURO ASSEMBLAGE****30.03.-03.04.1998 Paris (F)**Internationale Ausstellung  
von Maschinen, Ausrüstung  
und Komponenten  
für die Industriemontage  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**HOPITAL EXPO****30.03.-03.04.1998 Paris (F)**Internationale Ausstellung für Kran-  
kenhausbedarf und Medizinische  
Ausrüstung  
Tel.: 0033/4/72 83 08-33**INTEROUTIL****30.03.-03.04.1998 Paris (F)**Internationale Werkzeug-  
ausstellung für Schneiden  
und Formen von Materialien,  
Kunststoffen und Kompositen  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**INTERQUALITE****30.03.-03.04.1998 Paris (F)**Internationale Ausstellung  
für Qualitätssicherung  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**MACHINE-OUTIL****30.03.-03.04.1998 Paris (F)**Internationale Ausstellung  
für Maschinebau und  
Produktionsanlagen  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**MECANELEM/MECATRONIC****30.03.-03.04.1998 Paris (F)**Ausstellung von Komponenten  
und Technologien für Planung und  
Produktion von Industrieprodukten  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**THERMIC****30.03.-03.04.1998 Paris (F)**Internationale Ausstellung  
für Industrieöfen und  
wärmetechnische Ausrüstungen  
Tel.: 0033/1/49 68 51-00**Bauma****30.03.-05.04.1998 München (D)**Internationale Fachmesse für Bau-  
maschinen, Baustoffmaschinen,  
Baufahrzeuge und Baugeräte  
Tel.: 0049/89/5 10 70

Für weitere Auskünfte steht die Handelskammer Ihnen gerne zur Verfügung (Frau Viviane Hoor, Tel. 42 39 39-315). Um kurzfristigen Änderungen der Ausstellungstermine Rechnung zu tragen, sollten Sie sich diese vom Organisator vor Ihrer Abfahrt bestätigen lassen.

## Programme de retour des attachés économiques et commerciaux belges pour l'année 1998

Date:	Pays:	Ville(s):
<b>EUROPE</b>		
12 février	Pologne	Varsovie
12 février	République Tchèque	Prague
03 mars	Hongrie	Budapest
03 mars	Turquie	Ankara
17 mars	Allemagne	Cologne, Hambourg, Munich
01 avril	France	Lyon, Nantes, Paris, Strasbourg
27 avril	Grèce	Athènes
19 mai	Grande-Bretagne	Birmingham, Londres
09 juin	Pays-Bas	La Haye
11 septembre	Autriche	Vienne
15 septembre	Espagne	Barcelone, Madrid
15 septembre	Portugal	Lisbonne
06 octobre	Italie	Milan, Rome
04 novembre	Danemark	Copenhague
04 novembre	Suède	Stockholm
<b>AFRIQUE</b>		
16 février	Tunisie	Tunis
<b>AMERIQUE</b>		
05 juin	Chili	Santiago
<b>ASIE</b>		
26 janvier	Vietnam	Ho-Chi-Minh Ville
19 juin	Chine	Hong Kong, Shanghai
18 septembre	Koweït	Koweït
16 novembre	Arabie Saoudite	Jeddah
16 novembre	Emirats Arabes Unis	Abu Dhabi
15 décembre	Malaisie	Kuala Lumpur
15 décembre	Thaïlande	Bangkok
25 juin	Indonésie	Jakarta
25 juin	Philippines	Manila

### AUSTRALIE

21 septembre    Australie    Sydney

### PROCHE ET MOYEN ORIENT

12 mai    Israël    Tel Aviv

Les entreprises intéressées à participer aux audiences individuelles des attachés économiques et commerciaux sont invitées à contacter Monsieur Edouard Vollmar, tél. 42 39 39-313.

## Mission au Mexique

L'OBCE nous informe que la Belgique organisera une mission économique au Mexique, présidée par SAR le Prince Philippe et dirigée par le Ministre Philippe Maystadt du 30 mai au 5 juin 1998. Les entreprises luxembourgeoises intéressées par cette mission sont invitées à contacter Monsieur Edouard Vollmar, tél. 42 39 39-313.

## Règlementation slovaque

Depuis le 20 septembre dernier, la Slovaquie a renforcé le contrôle portant sur l'application de la réglementation relative aux certificats de conformité notamment pour les denrées alimentaires, médicaments, produits chimiques, produits textiles, électroménager et appareils industriels électroniques, promulguée par l'institut slovaque de normalisation, métrologie et certification.

Dorénavant, le certificat de conformité délivré par cette instance doit être présenté à la frontière slovaque. Autrefois, l'importateur pouvait demander le certificat de conformité (période moyenne d'attente de deux mois) après que les biens aient été dédouanés en Slovaquie.

Jusqu'au 1<sup>er</sup> octobre 1997, la douane interrogeait par ailleurs par écrit, pour chaque produit importé, l'instance slovaque de normalisation pour savoir s'il fallait ou non un certificat. D'où des frais supplémentaires de SK 1.000, à charge des importateurs. Cette procédure a toutefois été entre-temps abolie.

L'obligation de certification ne s'applique ni aux échantillons non commercialisés ni aux matières premières ou aux produits semi-finis destinés à la production en Slovaquie, ni à certains biens d'investissements. Une taxe supplémentaire de 7% frappant déjà tout produit importé, cette mesure ne fait qu'alourdir la procédure d'importation slovaque.

La liste des produits – classés selon la classification des marchandises du Système Harmonisé – pour lesquels un certificat de conformité est exigé

lors de l'importation en Slovaquie, peut être demandée par écrit à l'OBCE sous la référence 211/R 72.00.002.

Les entreprises belges et luxembourgeoises qui éprouvent des difficultés suite à l'application plus rigoureuse de la législation relative à la certification de conformité en Slovaquie sont invitées à en informer l'OBCE par fax (à l'attention de Madame B. Foubert - 0032/2/2 03 18-12) ou par lettre. Ainsi, un dossier pourra éventuellement être constitué pour exercer une pression sur la Slovaquie en vue d'assouplir son régime d'importation. Les entreprises luxembourgeoises peuvent également s'adresser à la Chambre de Commerce, Monsieur E. Vollmar, tél. 42 39 39-313.

## Une première approche de l'Azerbaïdjan

L'OBCE vient de publier une étude sur l'Azerbaïdjan, rédigée par Karl Van den Bossche, conseiller adjoint au secteur Europe Centrale et Orientale. Maintenant que les républiques d'Asie Centrale sont sur le point de déployer leur énorme potentiel, cette étude met en évidence les développements dans cette région d'une grande importance stratégique. L'Azerbaïdjan, qui joue un rôle clé dans l'exploration de la mer Caspienne, a souvent été dans l'actualité ces derniers temps, entre autres grâce aux transformations économiques et aux concessions pétrolières prometteuses. Le fait que le FMI et d'autres institutions internationales aient aidé la République dans ses efforts de réveil économique, est un signe qui en dit long.

A côté d'une vue générale, l'étude tente aussi de donner aux «Azeri-watchers» avertis de nouvelles informations sur une dizaine de secteurs, à savoir l'industrie agro-alimentaire, le secteur pétrolier et gazier, l'énergie, d'autres activités industrielles, l'environnement, le transport et l'infrastructure, les télécommunications, la distribution et la publicité, le secteur bancaire et enfin la santé publique. L'affirmation disant que l'Azerbaïdjan est uniquement intéressant pour le pétrole doit aussi être nuancée. L'agriculture et les autres activités industrielles ont besoin de modernisation et offrent également des possibilités.

Les divers secteurs ne sont pas seulement décrits précisément, mais donnent aussi une image des changements que les autorités azéries tentent de mener à bien. En plus des développements macro-économiques et des aspects micro-économiques, tels que le marketing naissant, les médias, le pouvoir d'achat individuel et d'autres encore sont également abordés. Les adresses utiles de chaque secteur sont proposées en guise de guide pratique pour les entreprises intéressées avec mention des

adresses internet à consulter pour une information plus large.

Cette étude de Karl Van den Bossche, disponible en français, peut être obtenue à l'OBCE moyennant versement de 2.250 francs (pour les entreprises ayant acquitté la rétribution OBCE) ou de 2.500 francs (pour les autres) au CCP n° 000-0268006-92 avec indication de la mention «Une première approche de l'Azerbaïdjan - Etude de Karl Van den Bossche». Pour des renseignements supplémentaires, veuillez vous adresser à la Chambre de Commerce, Monsieur E. Vollmar, tél. 42 39 39-313.

## Propositions d'affaires

1) Représentant Allemand (Handelsvertreter für Elektromaterial), bonne introduction en Allemagne dans les domaines **installations électriques, construction de machines** cherche à élargir sa palette de représentation avec des produits luxembourgeois.

2) Société tunisienne spécialisée dans la fabrication de **peinture pour bâtiment** (peinture à l'eau, à l'huile de lin, laque, teinte, marmorex et autres) et peinture pour l'industrie recherche un partenaire au Luxembourg.

3) Société française, active dans le **domaine de l'imprimerie**, cherche un agent commercial au Luxembourg.

4) Cermap, une entreprise de la région nantaise spécialisée dans le **conseil, les études et les réalisations pour la modernisation et l'automatisation de la production** recherche des partenaires au Luxembourg.

5) Société française proche de la frontière luxembourgeoise, spécialisée dans le **rechargement et le réalésage d'équipements pour matériel de chantier** (bennes de camions, godets, flèches, etc.), propose ses compétences aux entreprises de BTP du Grand-Duché. Possibilité d'intervention complète sur site.

6) Société française proche de la frontière luxembourgeoise, composée d'une équipe de professionnels disposant de références sur le marché grand-ducal, propose ses services de **spécialiste en revêtements techniques**:

Travaux neufs, de rénovation et d'entretien:

- Isolation thermique par l'extérieur, façades isolantes, bardages, vêtage, vêtage,
- Traitement de façades (réfection du béton, nettoyage, joints d'étanchéité, imperméabilisation),
- Étanchéité, revêtement de sol, ouvrages d'Art, parkings en asphalte,
- Couverture, isolation, étanchéité, bardage acier,
- Plafonds suspendus.

L'entreprise est ouverte à toute coopération avec des professionnels du bâtiment au Grand-Duché et/ou des industriels luxembourgeois intéressés par ses compétences.

**7) Société française spécialisée dans le commerce électronique de produits discount**, recherche nouveaux clients pour distribuer des meubles français (45.000 produits neufs, de qualité, emballage usine).

**8) Société du nord-est de la France, leader national avec 20 ans d'expérience sur le marché de la fourniture de consommables destinés à l'utilisation des cartes bancaires** (bobineaux, factures, etc.), met son savoir-faire à la disposition de partenaires intéressés par son activité de routage de petits colis en France:

- spécialiste du petit colis (de 20 g à 15 kg),
- gestion d'un volume annuel de 600 t,
- parfaite maîtrise de la logistique et des coûts,
- expédition sur toute la France au plus tard 12h après réception de commande,
- possibilité de routage revolving,
- possibilité de gestion de stock (5.000 m<sup>2</sup> couverts).

**9) Société du nord-est de la France, leader national du routage de consommables destinés à l'utilisation des cartes bancaires** (bobineaux, factures, etc), au service de 250.000 professionnels français par an (PME, professions libérales, commerçants), propose d'ouvrir son fichier national actualisé à tout partenaire intéressé par la diffusion de mailings ciblés.

Coopération offerte:

- insertion d'un mailing à destination d'une cible professionnelle spécifique dans les colis expédiés par la société,
- choix de ciblage multicritères (activité, localité, etc),
- possibilité d'apposer la flamme postale du client sur les colis.

Les avantages:

- les colis sont attendus par le destinataire qui porte systématiquement grande attention à leur contenu,
- coût minime et retour supérieur aux moyens classiques et généralement moins efficaces.

Les résultats significatifs de 2 opérations récentes:

- Mailing destiné aux pharmaciens: taux de réponse de 9%.
- Mailing destiné aux fleuristes: taux de réponse de 13%.

**10) Société du nord est de la France, 105 personnes, spécialisée dans:**

- **les montages de contrôle pour automobile** (étude et réalisation)
- **la réalisation d'outillage d'emboutissage** (prototype et série) très bien équipée (CFAO, 8 machines à commande numérique, 8 machines de mesure

tridimensionnelles, prototypage rapide), met son savoir-faire à la disposition des constructeurs et équipementiers automobiles.

**11) Société belge, agissant dans le domaine de la construction** et constituée en 1993, recherche un partenaire luxembourgeois d'une importance certaine dans son pays, qui possède une forte capacité de production et dispose de moyens en personnel d'exécution et en matériel d'équipement d'entreprise.

La société est disposée à étudier toutes formules de collaboration dans le but d'atteindre son objectif.

- création d'une entreprise à même d'obtenir une agrégation en classe 3 dans les catégories génie civil, routes et voiries, bâtiment, épuration, etc.
- obtention, pour le partenaire, d'agréations en catégories identiques mais de classes supérieures afin d'accéder aux marchés les plus importants.

**12) Un commerçant néerlandais, fleuriste**, recherche reprise d'un fleuriste/plantes. Eventuellement fusion avec un commerce déjà existant.

Par ailleurs, la Chambre de Commerce tient à la disposition des entreprises luxembourgeoises une série de propositions d'affaires, de propositions de partenariats et de coopération pour consultation. Pour tout renseignement, veuillez contacter Mme Viviane Hoor, tél. 42 39 39-315.

# FAITES LE PLEIN D'ENERGIE



## FIAT

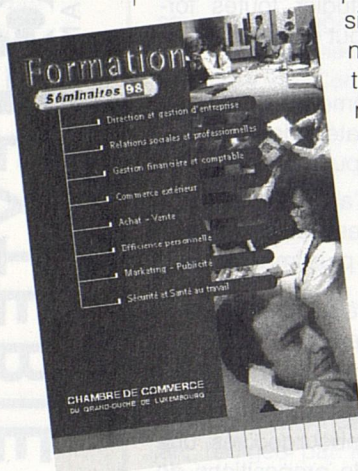
**NOUVELLE FIAT PALIO WEEKEND:**  
431.490 LUF/PRIX NET \*  
\*VERSION DE BASE

# ITALCAR S.A.

36, route de Longwy • Helfenterbruck/Bertrange  
☎ 44 51 17

## La nouvelle brochure «Séminaires '98» vient de paraître

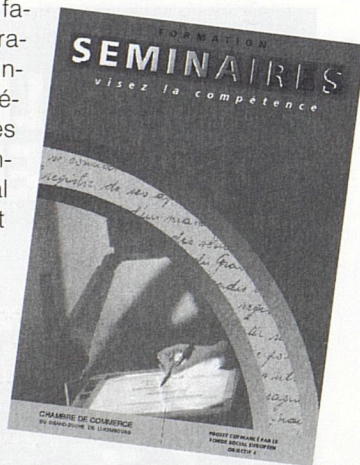
La Chambre de Commerce vient de publier sa nouvelle brochure de formation «Séminaires '98». Celle-ci regroupe quelque 60 manifestations traitant de sujets aussi variés que la direction et la gestion d'entreprise, les relations sociales et professionnelles, le marketing, les techniques d'achat et de vente, la gestion financière et comptable, le commerce extérieur et l'efficacité personnelle.



La publication reprend de manière chronologique le programme complet des séminaires et conférences prévus pour 1998. Afin de permettre la conception de formations de type modulaire, le lecteur y trouvera également un tableau synoptique qui regroupe les manifestations de manière thématique.

Certains de ces séminaires sont subventionnés par le Fonds social européen et ce dans le cadre de l'Objectif 4, qui vise les initiatives et les actions qui facilitent l'adaptation des travailleurs aux mutations industrielles. Une farde spéciale regroupant tous les séminaires subventionnée par le Fonds social européen Objectif 4 est disponible sur simple demande.

Les conférences et séminaires s'adressent aux travailleurs, cadres et chefs d'entreprise qui sont obligés de



suivre l'évolution en mettant constamment à jour leurs compétences et qualifications.

La brochure «Séminaires '98» ainsi que la farde «Séminaires Fonds social européen» peuvent être commandées gratuitement auprès du Service Formation Continue de la Chambre de Commerce, tél. 42 39 39-225, fax 43 83 26, e-mail: seminars@cc.lu.

## 6-10 Forecasting

### La clé du succès contre l'incertitude

La diminution du délai client force le fournisseur à travailler dans l'incertitude. S'il est vrai qu'à la diminution du délai client, le fournisseur doit répondre par une diminution du délai d'obtention, il est vrai aussi qu'à partir d'un certain moment, le cycle devient incompressible. Le seul moyen pour que la réponse au client et la planification des activités restent alors possibles, réside dans un bon système de prévision.

Malheureusement, on constate que malgré la mise en place de systèmes de planification, la fonction «prévision» est fortement négligée dans beaucoup d'entreprises. Lors de notre dernier 6-10 sur le Programme directeur de production (PDP), nous étions tous persuadés de l'importance de cette étape de planification, mais également du fait que cette étape ne peut fonctionner qu'à condition d'être alimentée par un bon système de prévision.

Pour en savoir plus sur le pourquoi et le comment des prévisions, inscrivez-vous au 6-10 sur le Forecasting, le jeudi 26 février 1998. Vous y rencontrerez un spécialiste américain en matière de prévisions: Eric Stellwagen, Business Forecast Systems INC, 68 Leonard Street, Belmont, MA 02178 USA. Participation gratuite.

Renseignements et inscriptions: Magalie Briquet, c/o CRP Henri Tudor, 6 rue Coudenhove-Kalergi, L-1359 Luxembourg, tél. 42 44 01, fax 42 49 75.

## WIR BRINGEN IDEEN INS ROLLEN®

### SATELAUFLIEGER

### AUFBAUTEN

### ANHÄNGER

### • PRITSCHÉ

### • KOFFER

### • ISO-KOFFER

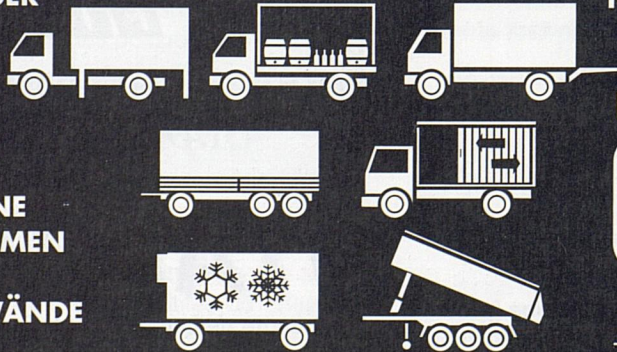
### • SCHIEBEPLANE

### • GROSSVOLUMEN

### • KIPPER

### • LADEBORDWÄNDE

### • SPEZIAL



## GETRÄNKE-FAHRZEUGE GEBRAUCHTFAHRZEUGE NUTZFAHRZEUG FULL-SERVICE

ZERTIFIZIERT NACH  
DIN ISO UND BS ISO 9002

**peki®**

D-54317 OSBURG / Trier  
an der B 52 Luxemburg - Hermeskeil  
Tel. 00 49 (65 00) 91 41-0 · Fax 91 41-83



## Séminaires

### L'accueil téléphonique

Avant de visualiser votre établissement ou vos collaborateurs, le client se fait une image au téléphone. La voix et la manière de répondre de vos collaborateurs représenteront la première image que se fera votre client de votre entreprise. Le téléphone peut représenter le plus grand de vos atouts comme le plus grand piège. Ceci montre l'intérêt d'accorder le plus grand soin à la formation téléphonique des collaborateurs.

#### Programme:

- Quelques règles de l'accueil téléphonique: importance de la voix, du ton et de l'intonation.
- Dire et ne pas dire: certaines expressions et attitudes à éviter.
- Comment éviter la routine tant au niveau des réponses proprement dites qu'au niveau de la voix et des habitudes.
- Importance de déterminer les besoins de votre correspondant. Importance de l'écoute pour le guider efficacement vers la personne qui pourra l'aider et répondre à ses attentes.
- Comment prendre un message complet ou faire patienter votre interlocuteur.

Cette étape est importante, car elle risque de mettre de mauvaise humeur votre interlocuteur ou de vous faire perdre un prospect.

- Prendre ou passer une commande par téléphone.
- Importance de l'écoute et de la reformulation.
- Les objections au téléphone.

Chaque objection peut être un argument de vente.

- La conclusion.
- Comment conclure un appel en respectant l'interlocuteur.

**Conférencier:** Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation.

**Public:** Toute personne confrontée à l'accueil téléphonique.

**Droit d'inscription:** 2.500 LUF\* (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

\* subventionné par le FONDS SOCIAL EUROPEEN – Objectif 4

**Dates:** jeudi, 5 et vendredi 6 février 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00 heures et jeudi, 8 et vendredi 9 octobre 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00.

### Le tableau de bord du Management

Connaître les motivations profondes des salariés est essentiel pour les dirigeants et les responsables d'entreprise qui souhaitent adapter leur management et leur stratégie aux enjeux du futur. L'analyse des tendances permet aux responsables de développer le sens de l'anticipation et de l'action qui se concentrent sur l'innovation et l'appropriation de l'exécution aux tendances de l'environnement.

#### Programme:

- Analyse des valeurs et des finalités
- Image et climat social
- La circulation de l'information
- Les motivations exprimées
- Les modes de management
- Changement et évolution de l'organisation du travail

**Conférencier:** Thierry HUYNEN, Diplômé en Psychologie Industrielle et Sciences du Travail

**Public:** Tout responsable en entreprise intéressé par la vision des tendances du management social et désireux d'anticiper son action plutôt que de subir les événements.

**Droit d'inscription:** 9.500 LUF, (documentation, rafraîchissements et 2 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

**Date:** lundi, 9 et mardi, 10 février 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00.

### Kundenorientierung am Telefon

Nicht jeder, der sprechen kann, kann auch gut und richtig telefonieren. Ein Grundsatz, der sehr oft mißachtet wird. Wie bedeutsam „richtiges Telefonverhalten“ ist, wird einem spätestens dann bewußt, wenn man irgendwo anruft und dort aufmerksam und freundlich begrüßt und behandelt wird. Jeder glaubt, er kann richtig telefonieren. Ob er es wirklich kann, darüber macht er sich selten Gedanken. Dieses gilt sowohl beruflich als auch privat. Einige Gesprächspartner merken es und reagieren entsprechend. Diese Reaktion wird selten bewußt wahr genommen. Erst wenn bestimmte Verhaltensmuster zu negativ sind, erfolgen Reaktionen. Die Auswirkungen falschen Telefonverhaltens werden in der Regel meistens unterschätzt. Jeder investiert viel Zeit in seine Telefonate. Wieviel Zeit steckt er in seine Ausbildung, seine Weiterbildung, um effektiver und wirkungsvoller telefonieren zu können?

Ziel dieses Seminars ist es, den Teilnehmern die Grundlagen des richtigen Verhaltens und Reagierens am Telefon zu vermitteln. Die Seminarteilnehmer werden erfahren, welche Erwartungen der Anrufer hat,

wie man sich richtig verhält und warum es so wichtig ist, sein Verhalten und seine Gesprächsführung (Rhetorik) auf das Führen überzeugender Telefon-Dialoge einzustellen. Ein Lernprozeß, der sich auszahlt!

**Programm:**

- Warum ist Telefonieren eigentlich so schwierig? „Der Ton macht die Musik“
- Das richtige Verhalten am Telefon.
- Was erwartet der Anrufer?
- Wie lassen sich Verständigungsschwierigkeiten vermeiden?
- Worauf sollte man bei einer korrekten Gesprächsunterbrechung achten?
- Wann sollte man einen Rückruf zusagen?
- Richtige Gesprächsführung am Telefon „Der Ton macht die Musik“
- Entspricht Ihre Sprech- und Redetechnik den notwendigen Anforderungen moderner Telefonkommunikation?
- Die häufigsten Fehlerquellen beim Telefonieren
- Wie lassen sie sich vermeiden?
- Beispiele richtigen Verhaltens
- Der Umgang mit schwierigen Kunden
- Die zehn Gebote für erfolgreiches Telefonieren
- Erstellung eines Merkmal-Kataloges für den praktischen Alltag, auf Wunsch mit Gesprächsbeispielen
- Rollenspiele und praktische Übungen

**Referent:** Gerd REHBOCK, Kommunikations- und Verkaufstrainer, Hamburg

**Teilnehmerkreis:** Inhaber und Mitarbeiter von Industrie-, Handels-, und Dienstleistungsbetrieben, die häufig telefonieren, insbesondere Verkaufssachbearbeiter im Innen- und Außendienst, Mitarbeiter von Kundendienst und Serviceabteilungen sowie Mitarbeiter im Telefonempfang, die erfolgreicher telefonieren wollen.

**Teilnahmegebühr:** 2.500 LUF\*, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Weiterbildungsabteilung zu überweisen.

\* subventionné par le FONDS SOCIAL EUROPEEN – Objectif 4

**Datum:** Montag, den 9. und Dienstag, den 10. Februar 1998, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr und Montag, den 12. und Dienstag, den 13. Oktober 1998, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## **Profitabilität kontra Kundenansprüche im Vertrieb**

Dieses Seminar wendet sich an alle profitverantwortlichen, kundenorientierten Vertriebs- und Marketingmanager und ihre Außendienstler, die daran inter-

essiert sind, die Probleme auf der Schnittstelle Kundenansprüche einerseits und Profitabilität andererseits unschlagbar zu lösen.

Stellen Sie sich vor, Sie können die Kostensenkungs- und Preisreduzierungsansprüche sowie die Qualitäts-, Wirtschaftlichkeits- und Leistungssteigerungsansprüche Ihrer existenzentscheidenden Kunden ändern? – Genau zu diesem Praxisproblem erleben Sie in diesem Seminar außergewöhnliche Lösungen.

Sie können Ihre Produkte profitabel verkaufen, Sie können auch den Kundennutzen profitabel vermarkten, ja – Sie können erst recht die Kundenbeziehungen profitabel gestalten – und dabei Geld verdienen, Erträge steigern, höhere Gewinne erzielen. Sie können innerhalb weniger Monate die Profitabilität der Geschäfte überdurchschnittlich anheben, wenn Sie die Rezepte dieses Seminars umsetzen. Wer hier zu spät kommt, den bestraft der Wettbewerb.

**Programm:**

Dieses Seminar vermittelt Rezepte, wie Sie:

- Ihre eigenen Stärken auf die Schwächen Ihrer Kunden und des Wettbewerbs so konzentrieren, daß Sie profitable Geschäfte machen.
- Bei zähem Festhalten an Althergebrachtem rigoros und radikal von der Zukunft her denken und in die Zukunft lenken.
- Bei Bedrohungen von neuen internationalen Konkurrenten und Produkten mit Ihrer überlegenen Erfolgsstrategie agieren.
- Attraktive Marktanteile holen und lukratives Wachstum entwickeln.
- Die Fähigkeiten und Stärken von Mitarbeitern und Lieferanten ertragswirksam einsetzen.
- Die Polarität von Ausstrahlung und Anziehungskraft profitabel gestalten.
- Bei austauschbaren Produkten mit zurückgehenden Erlösen zu einer neuen Einzigartigkeit finden, die die Kunden honorieren.
- Kundenbegeisterung erzeugen und in Profitabilität umsetzen.
- Die Ertragskraft und den Wert Ihres Unternehmens erhöhen und sichern.
- Langfristig der profitabelste Branchenführer sind.

**Referent:** Paul KÖCKMANN, Strategieberater und Motivationstrainer, Ratingen

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Vertriebs- und Marketingmanager sowie Außendienstler von Industrie- und Großhandelsbetrieben.

**Teilnahmegebühr:** 9.500 LUF, (inklusive Arbeitsunterlagen, Pausengetränke und 2 Mittagessen), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Weiterbildungsabteilung zu überweisen

**Datum:** Donnerstag, den 12. und Freitag, den 13. Februar 1998, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

## La vente en magasin

Les produits et services concurrents se ressemblent de plus en plus et leurs prix se rapprochent. La grande DIFFERENCE qui attire les clients chez vous, c'est la manière dont vous ou votre personnel accueillez le client. Ce séminaire met en évidence l'accueil, la qualité du service et surtout le sourire! Lorsque nous en parlons, les participants répondent: «Nous mettons déjà tout cela en pratique!». Si cela est vrai, alors tant mieux, vous êtes sur la bonne voie. La majorité de nos clients sont des personnes qui veulent à tout moment se perfectionner. Si, au contraire, vous n'êtes pas content de la façon dont vos clients sont accueillis, il est grand temps de réagir!

### Programme:

- Comment aborder ou approcher le client
- Le premier contact avec le client est des plus importants. Il donne l'envie d'acheter et de revenir.
- Comment traiter les objections
- Chaque participant s'entraînera à réagir positivement (sans appréhension) et surtout sans «conflit» aux objections qu'il rencontre régulièrement
- Comment résoudre les difficultés rencontrées dans la vente
- Le produit désiré n'est plus de stock et le vendeur veut en conseiller un autre
- Le client hésite et le vendeur ne sait plus que faire
- Le client dit qu'il va réfléchir et s'apprête à partir
- Le vendeur se trouve face à plusieurs clients pressés
- Autres cas exposés par les participants.
- Comment conclure rapidement sans brusquer le client
- La conclusion et l'après-conclusion sont des phases essentielles pour la fidélisation du client. Il gardera le souvenir que vous lui laissez!

**Conférencier:** Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation

**Public:** Toute personne confrontée à la vente en magasin

**Droit d'inscription:** 5.500 LUF (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

**Dates:** lundi 16 et mardi 17 février 1998 de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00

## Planen Sie Ihren Betriebserfolg

Die gesunde Entwicklung eines Unternehmens hängt entscheidend von der Planung ab, dabei ist Planung oft nur Stiefkind der Unternehmensführung.

Es ist zwingend notwendig, in die Zukunft zu denken um klare, konkrete Ziele zu setzen und anhand fachlicher Informationen eine Zielkonzeption zu erarbeiten. In diesem Seminar werden die wichtigsten Planungsbereiche und -verfahren für den Handelsbetrieb dargestellt.

### Programm:

- Rentabilitätsplanung
- Kostenplanung – Kalkulationsplanung – Umsatzplanung – Ertragsplanung und -konzepte
- Einkaufsplanung
- Sortimentsgliederung – Lagerbestand/Lagerumschlag – Plandaten – wertmäßige Jahresplanung
- Finanzplanung
- Warenregistrierung – Betriebskosten – Privatentnahmen – Einnahmen – der Jahresplan – monatliche Finanzplanung
- Investitionsplanung
- Objektplanung – Kapitalbedarf – Finanzierung – Umsatz- und Kalkulationsplanung – Persönliche Bedarfs- und Kostenplanung
- Bewertung der Wirtschaftlichkeit des Vorhabens
- Kapitalrendite – Gewinnschwellberechnung – Amortisationsrechnung
- Personaleinsatz
- Personalleistung – Personalkostenvorschlag – Einsatzplanung

**Referent:** Manfred ABELS, DiplKfm., Unternehmensberater, Weilerswist

**Teilnehmerkreis:** Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter, sowie andere interessierte Führungskräfte von Handelsbetrieben

**Teilnahmegebühr:** 3.500 LUF (inklusive Arbeitunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Weiterbildungsabteilung zu überweisen

**Datum:** Mittwoch, den 4. März 1998 von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

## Analyse et contrôle des coûts

L'analyse et le contrôle des coûts constituent un souci majeur pour tout chef d'entreprise. Élément déterminant pour la fixation pertinente du prix de vente, la maîtrise des coûts permet en effet d'étayer une stratégie de conquête du marché cohérente, face à un environnement économique aléatoire. «Connaître les règles et les modèles de bon sens» sera donc le mot d'ordre de cette manifestation de haut niveau.

### Programme :

- La maîtrise des coûts – outil de programmation, de préparation et de contrôle des décisions

- \* Les charges
  - \* Les marges: contributions
  - \* Le seuil de rentabilité
  - \* Coût total – coût moyen – coût marginal
  - La prise de décision et les coûts pertinents
  - \* Méthodologie de la prise de décision
  - \* Décision du court terme
- Exercices

**Conférencier:** M. Guy NIQUET, consultant et formateur en gestion financière auprès de la SESCOAM, Vendenheim (France)

**Public:** Dirigeants, responsables gestion et finances, cadres d'entreprises des secteurs de l'industrie, du commerce et des services

**Droit d'inscription:** 12.000 LUF, (documentation, boissons et 2 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

\* La documentation consiste e.a. en deux volumineux ouvrages: Coût de revient – analyse juridique et fiscale (G.Niquet), Comptabilité analytique (J.Margerin et G.Ausset)

**Dates:** jeudi 5 et vendredi 6 mars 1998, de 8h30 à 12h30 et de 14h30 à 18h00

## **Das Verkäufer-Seminar „Kunden finden – Kunden binden“**

Viele Erfolge im Verkauf bleiben auf der Strecke, weil sich die meisten Verkäufer, gleich ob im Innen- oder Außendienst, sich ihrer Wirkung auf den Kunden nicht bewußt sind. Ihr Verhalten und ihre Gesprächsführung steht nicht im Kontext zu der Erwartungshaltung des Kunden. Eine Situation, die viel häufiger anzutreffen ist, als von den Verantwortlichen angenommen wird. Mit fadenscheinigen Erklärungen wird dargelegt, warum es bei diesem oder jenem Kunden nicht geklappt hat. Wenn die Konjunktur gut ist, können solche „Verluste“ noch hingenommen werden, aber wenn der Konkurrenzkampf härter geworden ist, sieht dieser Aspekt ganz anders aus. Kunden suchen und Kunden binden können ist ein so umfangreicher konsequenter Prozeß, der höchste Anforderungen an jeden Verkäufer stellt. Dieses Seminar will Kenntnisse vermitteln, Wege aufzeichnen zur Kundengewinnung und Fähigkeiten schulen, die die Kundenbindung erhöhen können. Bedauerlich ist nur, daß sehr oft andere die Zeche für Fehlverhalten (z. B. gezeigte Minderleistungen) zahlen müssen.

### **Programm:**

- Wege und Möglichkeiten, neue Kundenpotentiale zu erschließen

- Wie schaffe ich eine positive Beziehung zum Kunden?
- Wie lerne ich den Kunden besser kennen?
- Kommunikationsregeln für das Verkaufsgespräch
- Präzise Zielgruppenansprache
- Soziale Kompetenz – der Schlüssel zum Erfolg
- Meine Stärken, meine Schwächen und ihre Auswirkungen auf den Verkaufsprozeß
- Durch welche persönlichen Arbeitstechniken und Verhaltensweisen kann ich meine Leistung im Verkauf steigern
- Erörterung schwieriger Verkaufssituationen aus dem Kreis der Seminarteilnehmer
- Rollenspiele und Fallstudien mit anschließender Besprechung
- Hilfen für die persönliche Weiterentwicklung

**Referent:** Gerd REHBOCK, Kommunikations- und Verkaufstrainer, Hamburg

**Teilnehmerkreis:** Alle interessierten Verkäufer im Außen- oder Innendienst die Ihre Gesprächsführung verbessern wollen.

**Teilnahmegebühr:** 4.800 LUF (inklusive Arbeitunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Weiterbildungsabteilung zu überweisen

**Datum:** Montag, den 9. und Dienstag, den 10. März 1998, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr

## **Gérer les tournants de carrière**

Ce séminaire répond aux questions et interrogations suivantes:

- Qu'est ce que le salarié attend de son entreprise?
- Une fois engagé, le collaborateur se doit de donner la pleine mesure de ses capacités et de son énergie.
- Il n'en est pas toujours ainsi, parce que cela ne se fait pas tout seul.
- Il s'agit donc de gérer «l'Homme-Ressource», capital précieux et souvent sous-estimé.
- Pour ce faire, il faut le découvrir, le connaître dans ses besoins, ses devoirs, ses motivations, de même qu'il faut apporter une réponse à ses demandes formulées ou pas.
- L'objet du séminaire porte donc sur la connaissance de l'Homme et de l'Entreprise, dans les moments forts, les carrefours ainsi que dans les tournants de la vie

### **Programme:**

- Les grands tournants de la vie

- Le collaborateur et les profils évolutifs par catégories de personnel
- Le marketing social
- L'étude des motivations
- Les scénarios professionnels de carrière

**Conférencier:** Thierry HUYNEN, Diplômé en Psychologie Industrielle et Sciences du Travail

**Public:** responsables en entreprise associés à la dynamique de l'évolution de carrière dans l'entreprise

**Droit d'inscription:** 2.500 LUF\* (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

\* subventionné par le FONDS SOCIAL EUROPEEN – Objectif 4

**Date:** lundi, 9 mars et mardi, 10 mars 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00

## L'Internet, la porte d'entrée vers de nouveaux marchés

L'avènement de la société d'information apporte une multitude de nouvelles opportunités pour les entreprises d'aujourd'hui. Une nouvelle notion de marché sans frontières est née et un nouveau moyen d'information au client est disponible. L'Internet est aujourd'hui considéré comme la porte d'entrée vers un marché international de plus de 60 millions de sociétés et de personnes privées. Au Grand-Duché de Luxembourg, plus de 30.000 utilisateurs et plus de 500 entreprises ont déjà accès à Internet. Ces chiffres sont en train de croître rapidement. Il s'agit dès lors de bien approcher ce nouveau média afin que les dirigeants et les chefs d'entreprises puissent correctement évaluer les opportunités et les risques que ce nouveau canal de distribution et d'information leur offre.

### Programme:

- Introduction
- Historique sommaire
- Présentation d'Internet et de ses services
- Comment accéder à Internet
- L'entreprise d'aujourd'hui et Internet
- Développer une présence sur Internet
- Cours de HTML – notions de base

**Conférencier:** Samuel Dickes, consultant en technologies d'information, rédacteur de la rubrique «Technology» du magazine anglophone «Luxembourg Business»

**Public:** Dirigeants de PME, responsables marketing et communication, responsables informatique et cadres

**Droit d'inscription:** 2.500 LUF\* (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

\* subventionné par le FONDS SOCIAL EUROPEEN – Objectif 4

**Dates:** mardi 10, jeudi 12, mardi 17 et jeudi 19 mars 1998 de 18h30 à 21h00 et mardi 17, jeudi 19, mardi 24 et jeudi 26 novembre 1998 de 18h30 à 21h00

## Amélioration des compétences commerciales du technicien

De par la contraction des emplois, nombre de techniciens sont amenés à assurer un suivi commercial ou même à se transformer en commerciaux. Le but de cette formation sera donc de donner le schéma et les techniques de vente de base tout en respectant la tournure d'esprit des techniciens qui sont parfois plus cartésiens, plus méthodiques.

### Programme:

- Me servir de mes compétences techniques plutôt comme un soutien que comme une entrave.
- Mes avantages en tant que technicien vis-à-vis d'un autre vendeur: le conseil au client, confiance en soi, ... et les inconvénients que l'aspect technique peut me faire rencontrer: vouloir avoir raison face au client (conflit), me noyer dans des termes techniques, manque d'assurance pour la vente proprement dite ...
- Adaptation des techniques de vente abstraites à une tournure d'esprit plus cartésienne.
- Comment percevoir l'aspect humain et prendre du recul dans la vente face aux obstacles et objections que l'on rencontre.

**Conférencier:** Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation.

**Public:** Techniciens et fonctions similaires des secteurs de l'industrie, du commerce et des services

**Droit d'inscription:** 2.500 LUF\* (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

\* subventionné par le FONDS SOCIAL EUROPEEN – Objectif 4

**Dates:** jeudi 12 et vendredi 13 mars 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00

## Le discours: rédaction et élocution

Nous sommes tous amenés, un jour ou l'autre, à devoir prendre la parole devant un auditoire. La qualité de notre intervention dépend de la préparation du discours, de ce que l'on y met et de la manière dont on le prononce. Ce séminaire vous donne les éléments indispensables pour réussir votre discours, vous redonner confiance et gagner la reconnaissance des autres.

### Objectifs:

- Savoir préparer, organiser et rédiger un bon discours
- Adopter les bonnes attitudes face à son public
- Surmonter ses appréhensions et vaincre le trac

### Programme:

- Choix du type de discours en fonction du sujet et de la nature de l'intervention
- Analyse du sujet, type de public et objectif visé
- Discours informatif ou discours persuasif
- Les étapes de préparation d'un discours
- Recherche documentaire, choix et développement des principaux arguments
- Timing de l'intervention
- Organisation et rédaction du discours
- Introduction et conclusion
- Face à face
- Les modes de présentation
- Improvisation spontanée, improvisation préparée ou lecture
- Les facteurs verbaux
- Clarté, convenance, vivacité et vigueur
- Volume, débit, intonation, articulation et prononciation
- Les facteurs non verbaux
- Expression faciale et regard
- Posture
- Attitudes et mouvements
- Comment remédier au trac

**Conférencier:** Irène JOHNSON, consultante et formatrice en gestion des ressources humaines

**Public:** toute personne intéressée, tous secteurs confondus

**Droit d'inscription:** 9.500 LUF (documentation, rafraîchissements et 2 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

**Dates:** lundi, 16 et mardi, 17 mars 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00.

## L'accueil à la réception

C'est à travers l'accueil que le visiteur se fait une idée de l'entreprise, de son dynamisme et de sa manière de travailler. Pour qu'un accueil soit réussi et pour qu'un visiteur se sente à l'aise et bienvenu dans une entreprise, les qualités personnelles de la personne qui le reçoit sont très importantes, notamment son sens de la communication, sa bonne éducation et son habitude des contacts.

### Programme:

- Accueillir, c'est facile ...  
L'accueil des tâches multiples.
- La préparation de l'accueil.  
La préparation de l'accueil repose sur de multiples «détails», son improvisation peut conduire à des erreurs ou à des catastrophes.
- L'art d'une bonne communication.  
Être à l'écoute des autres, sourire et être disponible sont importants dans l'accueil. Communication verbale et non verbale.
- Le visiteur ne peut être reçu immédiatement.  
Attentes de courtes ou de longues durées, comment faire patienter le visiteur.
- Le filtrage des visiteurs.  
Une attitude sympathique fait passer plus aisément aux yeux du visiteur le filtrage opéré.
- Le visiteur mécontent.  
Comment réagir efficacement.
- La prise de congé.

Comme la prise de contact, c'est aussi la dernière impression que le visiteur emporte de votre entreprise.

**Conférencier:** Frédéric SCOUMAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation.

**Public:** Toute personne confrontée à l'accueil

**Droit d'inscription:** 2.500 LUF\* (documentation et rafraîchissements inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

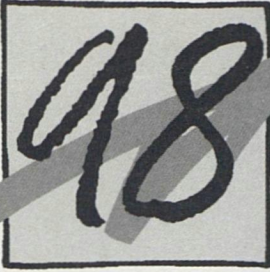
\* subventionné par le FONDS SOCIAL EUROPEEN - Objectif 4

**Dates:** jeudi 19 et vendredi 20 mars 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00 heures et jeudi 12 et vendredi 13 novembre 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00.

## La motivation personnelle

Qui n'a pas éprouvé un sentiment de lassitude dans sa vie professionnelle ou privée, même de manière passagère? Certaines situations sont parfois dif-

ENTREPRENDRE



UNTERNEHMEN

# ENTREPRENDRE '98

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

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

**Chambre de Commerce et d'Industrie  
de Meurthe-et-Moselle**



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



CHAMBRE DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE  
DE LA MOSELLE

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



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE  
DU LUXEMBOURG BELGE

**Industrie- und Handelskammer  
Pfalz**



Pfalz

**Industrie- und Handelskammer  
des Saarlandes**



Saarland

**Industrie- und Handelskammer  
Trier**



Trier

**ENTREPRENDRE '98** La coopération transfrontalière se caractérise par de nombreuses actions concrètes aux niveaux politique, économique, universitaire ou culturel.

En tant qu'acteurs de la vie économique, les Chambres de Commerce et d'Industrie de la Grande Région Sar-Lor-Lux organisent la 11ème bourse d'affaires "Entreprendre" destinée à resserrer les liens entre les entreprises transfrontalières.

Cette bourse d'affaires a pour objet de faciliter la rencontre entre partenaires potentiels. Elle s'adresse avant tout aux petites et moyennes entreprises à la recherche d'un associé, d'un successeur, d'une coopération ou d'une représentation.

**ENTREPRENDRE '98** concerne également tous ceux qui souhaitent trouver des moyens pour exploiter une licence ou des apports en capital afin de réaliser leurs projets.

Afin d'établir le contact entre les offreurs et les demandeurs, les annonces suscitant un intérêt sont communiquées à la criée. Dans ce système de bourse souple et simple, une attention particulière est portée à la discrétion et au principe de non-ingérence d'un tiers dans les affaires traitées.

PARMI LES THEMES DES OFFRES ET DEMANDES, ON PEUT CITER:

- la cession et la reprise d'entreprises
- les capitaux et participations
- les commercialisations
- les projets et savoir-faire
- les brevets et licences
- la sous-traitance

**LA ONZIÈME ÉDITION DE CETTE BOURSE D'AFFAIRES "ENTREPRENDRE '98" AURA LIEU LE:**

- **JEUDI 19 MARS 1998 À 14H00**
- **À LA CHAMBRE DE COMMERCE DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
7, RUE ALCIDE DE GASPERI  
L - 2981 LUXEMBOURG-KIRCHBERG**
- **LA CRIÉE DÉBUTERA À 15H00.**

Les personnes ayant l'intention de participer à la bourse d'affaires et qui désirent obtenir un ou plusieurs exemplaires de fiches d'annonceur, sont priées de contacter le Service du Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce, **Mme Carine Hardt, tél.: 42 39 39-314, ou tél.: 42 39 39-310, fax: 43 83 26.**



ENTREPRENDRE '98      À RENVOYER À LA CHAMBRE DE COMMERCE,  
SERVICE DU COMMERCE EXTÉRIEUR,  
MME CARINE HARDT, L - 2981 LUXEMBOURG

ENTREPRISE \_\_\_\_\_

PARTICIPANT \_\_\_\_\_

FONCTION \_\_\_\_\_

ADRESSE \_\_\_\_\_

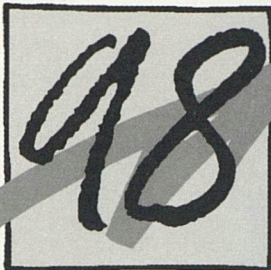
- PARTICIPERA À LA BOURSE D'AFFAIRES QUI AURA LIEU LE MERCREDI 19 MARS 1998  
À LA CHAMBRE DE COMMERCE DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
- DÉSIRE OBTENIR ..... (EXEMPLAIRES) FICHES D'ANNONCEUR \*

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS,  
PRIÈRE DE CONTACTER LE SERVICE DU COMMERCE EXTÉRIEUR,  
**TÉL.: 42 39 39-314 (MME CARINE HARDT) OU TÉL.: 42 39 39-310, FAX: 43 83 26.**

\* CHAQUE ANNONCE DOIT ÊTRE RÉDIGÉE SUR 2 FICHES D'ANNONCEUR: UNE EN LANGUE FRANÇAISE ET UNE EN LANGUE ALLEMANDE.



ENTREPRENDRE



UNTERNEHMEN

# SPECIMEN

## L'ANNONCEUR/DER INSERENT

Numéro/Nummer

OFFRE/BIETET AN

Ne pas remplir/Nicht ausfüllen

RECHERCHE/SUCHT

- |  |   |                          |
|--|---|--------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/>            | Capital pour participation financière/Kapital für finanzielle Beteiligungen | <input type="checkbox"/> |
| 2. <input type="checkbox"/>            | Entreprise à céder/Firma zwecks Übernahme                                   | <input type="checkbox"/> |
| 3. <input type="checkbox"/>            | Brevet/Licence/Patent/Lizenz  | <input type="checkbox"/> |
| 4. <input checked="" type="checkbox"/> | Représentation/Vertretung   | <input type="checkbox"/> |
| 5. <input type="checkbox"/>            | Coopération/Partenariats/Kooperation/Partnerschaften                        | <input type="checkbox"/> |

## CARACTERISTIQUES/CHARAKTERISTIK

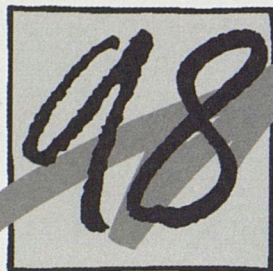
Activité de l'Annonceur/Tätigkeit des Inserenten

Production de matériel électrique

## INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES/ ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN

Cherche représentant bien introduit auprès  
des grandes surfaces et des revendeurs de  
matériel informatique

ENTREPRENDRE



UNTERNEHMEN

# DEROULEMENT

DE LA BOURSE D'AFFAIRES "ENTREPRENDRE '98"

Si vous souhaitez participer à la bourse d'affaires "Entreprendre '98", vous pouvez d'ores et déjà obtenir auprès de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg au **tél.: 42 39 39-314** ou 42 39 39-310, fax: 43 83 26, des fiches d'annonceur, sur lesquelles vous inscrivez votre (vos) offre(s) ou votre (vos) demande(s). Les fiches dûment remplies, une en langue française et une en langue allemande par annonce et par thème, sont à renvoyer dans les meilleurs délais à la Chambre de Commerce avec la mention de vos coordonnées (nom de l'entreprise et adresse).

Ces coordonnées ne seront pas affichées avec votre annonce dans le souci de garder l'anonymat de l'annonceur. Cependant, elles permettront de réserver le suivi nécessaire à votre dossier sur le plan interne.

Les annonceurs sont priés de participer eux-mêmes à la manifestation, afin qu'un contact éventuel avec une autre entreprise intéressée puisse être établi sur place.

Au cas où un annonceur ne peut pas être représenté physiquement à la bourse d'affaires, la Chambre de Commerce peut jouer le rôle d'intermédiaire. Dans ce cas, l'annonceur doit mentionner de façon explicite sur sa fiche d'annonceur qu'il souhaite être représenté par la Chambre.

PARMI LES THEMES DES OFFRES ET DEMANDES, ON PEUT CITER:

- la cession et la reprise d'entreprises
- les capitaux et participations
- les commercialisations
- les projets et savoir-faire
- les brevets et licences
- la sous-traitance

## IMPORTANT

**Pour chaque thème, qu'il s'agisse d'une offre ou d'une demande, une nouvelle fiche d'annonceur doit être rédigée. Chaque fiche ne peut porter que sur une seule offre ou demande (c.-à-d. 1 annonce = 2 fiches d'annonceur à remplir, une en langue française et une en langue allemande).**

**A chaque fiche d'annonceur sera attribué un numéro d'ordre (même numéro d'ordre pour la fiche en langue française que pour la fiche en langue allemande). Ce numéro correspond au numéro d'appel par lequel une entreprise intéressée par votre annonce pourra vous contacter par l'intermédiaire du crieur.**

**La possibilité d'introduire une annonce sur place existe également de 14h00 à 15h00.**

**La criée des annonces débutera à 15h00.**

**Les entreprises intéressées par une annonce figurant sur les panneaux d'affichage contacteront le crieur en indiquant le numéro d'ordre de l'annonce. Le crieur annoncera le numéro de l'annonce oralement. L'annonceur qui détient le numéro en question se manifestera auprès du crieur et y rencontrera l'entreprise qui souhaite nouer le contact. Il y a lieu de souligner qu'en aucun cas un annonceur ne doit s'annoncer lui-même auprès du crieur en lui communiquant son propre numéro d'appel.**

faciles à vivre. Il faut alors réagir et reprendre goût à ce que l'on fait, se fixer des objectifs positifs et réalisables, donner du sens à sa vie. Des connaissances et des techniques sont nécessaires pour y parvenir et ce sont précisément ces éléments que nous vous proposons d'étudier pour entretenir ou redynamiser votre motivation personnelle.

#### **Objectifs:**

- Prendre conscience de l'importance de la motivation
- Comprendre les comportements et les processus de la motivation et de la démotivation
- Se motiver, se remotiver par objectifs personnels réalisables

#### **Programme:**

- Nature et importance de la motivation
- Les facteurs de démotivation
- Eléments de la motivation
- Se motiver et se remotiver par objectifs
- Renforcement de la motivation, quelques conseils

**Conférencier:** Italo PRIMUS, Consultant et formateur en gestion des ressources humaines

**Public:** toute personne concernée, tous secteurs confondus

**Droit d'inscription:** 9.500 LUF (documentation, rafraîchissements et 2 déjeuners inclus), à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

**Dates:** lundi 23 et mardi 24 mars 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00

## **L'organisation et le travail pour préparer les enjeux de demain**

L'organisation du travail est au cœur de la réflexion sur l'entreprise de demain. Les organisations connaissent actuellement une période de transition. Les modèles organisationnels classiques ont montré leurs limites et de nouveaux concepts apparaissent: travail à distance, temps partagé... Changer le travail est une démarche délicate, elle met en jeu les structures et la culture de l'entreprise, ainsi que le rôle des dirigeants, les styles de management et la motivation des salariés.

#### **Programme:**

- L'art d'administrer l'entreprise.
- Enrichir le travail.
- Le développement des organisations par la dynamique des groupes.
- Les choix d'organisation et de structure.
- Comment changer?

**Conférencier:** Thierry HUYNEN, Diplômé en Psychologie Industrielle et Sciences du Travail

**Public:** Lignée hiérarchique et ressources humaines impliquées dans la stratégie d'adaptation de l'entreprise aux contraintes organisationnelles

**Droit d'inscription:** 9.500 LUF, (documentation, rafraîchissements et 2 déjeuners inclus) à verser avant le début du séminaire au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, Service Formation Continue

**Date:** jeudi 26 et vendredi 27 mars 1998, de 9h00 à 12h30 et de 14h30 à 18h00

## **Kunden und Besucher besser empfangen**

Wer macht sich schon Gedanken über die Emotionen, die beim Besucher, beim Gesprächspartner (Zuhörer) ausgelöst werden, der in einer bestimmten Form, in einer bestimmten Art und Weise angesprochen wird. Jedes Wort löst Gefühle aus. Allzuoft werden diese aber unterschiedlich empfunden. Eine Situation, die eigentlich jedem aus dem Alltagsleben bekannt sein sollte. Wir erleben sie und vergessen sie wieder. Anders sieht es jedoch bei dem Betroffenen aus. Ihn beschäftigt es, wirkt nach. Er vergißt sie nicht so schnell. Dies ist der Hintergrund, den die Kunden und Besucher erleben, wenn sie in einer Form „begrüßt“ werden, die sie nicht erwartet haben.

Eine situativ richtige Kundenansprache verlangt von jedem Mitarbeiter, gleich, in welcher Form und wo er auf den Kunden trifft, Einstellungen und Fähigkeiten, die selten von Natur aus vorhanden sind. Sehr oft stehen dem Mitarbeiter diese Verhaltensmuster nicht zur Verfügung. Richtige Kundenansprache ist eine Situation, die sehr viel mehr Wissen verlangt als es sich die meisten Chefs vorstellen können.

Allein schon das Beantworten der Frage, wie spreche ich einen Kunden, einen Besucher richtig an, der nicht der Norm entspricht, bereitet Kopfzerbrechen. Wer setzt sich schon mit dem Thema auseinander, was sage ich wo wem? Hier will dieses Seminar helfen! Die Aufgabenstellung richtiger Kundenempfang, situationsgerechtes Verhalten, wird mittels praktischer Übungen erörtert. Ein Seminar für den aufgeschlossenen, aktiven Mitarbeiter, der die Voraussetzungen richtigen Verhaltens gegenüber Kunden – gleich an welchem Ort – erlernen möchte. Spezieller Hinweis: Der Schwerpunkt der Seminararbeit wird bei den individuellen Aufgabenstellungen der einzelnen Seminarteilnehmer liegen. Auf Wunsch werden geeignete Lösungswege aufgezeigt.

#### **Programm:**

- Wie wirke ich auf andere (Meine Stärken, meine Schwächen)
- Wie sehen mich Menschen, denen ich zum ersten Mal begegne? Der erste Eindruck (Chance und Gefahr)

- Beziehungsbrücken zum Kunden aufbauen „Worte, mit denen man andere gewinnt!“
- Was verrät meine Körperhaltung („Körpersprache“)
- Die Bedeutung von Höflichkeit und Zuvorkommenheit im Gespräch
- Einfache und treffende Ausdrucksweise
- Grundlegendes zur Kommunikation
- Aufmerksames Zuhören will gelernt sein
- Schwierige Gesprächssituationen besser meistern
- Verhaltenstraining für das Kontaktgespräch (Auftreten, Erscheinungsbild, Körpersprache, Wortwahl)

**Referent:** Gerd REHBOCK, Kommunikations- und Verkaufstrainer, Hamburg

**Teilnehmerkreis:** Mitarbeiter von Industrie-, Handels-, und Dienstleistungsbetrieben, die Kontakt zu Kunden haben

**Teilnahmegebühr:** 2.500 LUF\*, (inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke), vor Seminarbeginn auf das Postscheckkonto 55983-14 der Handelskammer, Weiterbildungsabteilung zu überweisen

\* subventionné par le FONDS SOCIAL EUROPEEN – Objectif 4

**Datum:** Donnerstag, den 26. und Freitag, den 27. März 1998, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr sowie am Montag, den 23. und Dienstag, den 24. November 1998, von 9.00 bis 12.30 Uhr und von 14.30 bis 18.00 Uhr.

## Ventes sous forme de liquidations

La présente liste contient une énumération des ventes sous forme de liquidations telles qu'elles ont été autorisées par le Ministère des Classes moyennes sur la base de l'article 8 de la loi du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale.

Ces données ne sont communiquées qu'à titre d'information, l'autorisation officielle délivrée par le Ministère des Classes moyennes prévalant en cas de divergence.

Situation au 15/01/98.

### **AACH-SENDER S.à r.l.**

52, avenue de la Gare  
L-1610 Luxembourg  
c8077/97  
27/11/97 - 26/02/98  
déménagement articles de confection en textile, articles de bonneterie, de literie, d'ameublement, de blanc, de rideaux, de jouets

### **ANDRE SELIGMANN & Cie S.e.c.s.**

Centre commercial Topaze  
L-7525 Mersch  
c8067/97  
03/11/97 - 02/02/98

déménagement: Niederanven  
articles d'habillement,  
articles textiles et accessoires

### **ARENT Georgette**

16A, avenue Charlotte  
L-4530 Differdange  
c8080/97  
18/11/97 - 17/11/98  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de mercerie-bonneterie, de laines, articles de lingerie

### **BEFFORT Marie-Jeanne**

56, rue Principale  
L-5441 Sandweiler  
c8087/97  
02/12/97 - 01/03/98  
déménagement: 17, rue Enz,  
L-5532 Remich  
articles et vêtements de sport,  
machines de traçage de lignes

### **BETZ Victor**

7, rue d'Arlon  
L-8706 Useldange  
c8068/97  
03/11/97 - 02/11/98  
cessation complète de l'activité commerciale  
appareils et articles électriques et accessoires

### **BOUTIQUE SIM**

32, quai de la Moselle  
L-5553 Remich  
c8003/97  
28/05/97 - 27/05/98  
cessation complète de l'activité commerciale

articles d'habillement  
et accessoires de mode y assortis

### **BRANCHINI Lilia**

4, rue Jean-Pierre Bausch  
L-3713 Rumelange  
c8069/97  
10/11/97 - 09/11/98  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de confection,  
articles de mercerie-bonneterie  
et articles de chemiserie

### **BURMER Laure**

21, rue de la Libération  
L-3510 Dudelange  
c7073/97  
28/05/97 - 27/05/98  
cessation complète de l'activité commerciale  
tapis, rideaux et articles de literie

### **CANDEIAS TOMAS Elisabeth**

6, Grand-rue  
L-9240 Diekirch  
c8073/97  
19/11/97 - 18/11/98  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles textiles, articles de chapellerie, articles de fausse-bijouterie, articles de bimbeloterie

### **CD HIT REISER S.à r.l.**

25, Grand-rue  
L-9050 Ettelbruck  
c8063/97  
26/11/97 - 25/02/98

déménagement:  
14, Grand-rue, L-9710 Clervaux  
articles audio-visuels

### **CORTI Paul**

2, rue des Charbons  
L-4053 Esch-sur-Alzette  
c8034/97

15/11/97 - 14/02/98

déménagement:

6, op Grimmelbach,  
L-3332 Fennange  
machines à coudre,  
machines à tricoter et accessoires

### **DELTOUR Viviane**

3, rue de la Libération  
L-3510 Dudelange  
c8050/97

01/10/97 - 30/09/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
vente d'articles textiles, de tissus,  
d'articles de mercerie-bonneterie  
et d'articles d'habillement

### **DIRKES Liliane**

10, rue de Longwy  
L-4830 Rodange  
c8013/97

28/06/97 - 27/06/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de confection et  
articles de mercerie-bonneterie

### **DUONG Duong Tho**

83, route d'Arlon  
L-1140 Luxembourg  
c7098/97

28/06/97 - 27/06/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de fausse-bijouterie,

cadeaux-souvenirs,  
fleurs artificielles,  
récipients pour fleurs, gadgets ...

### **EISCHEN Denise**

7A, rue des Légionnaires  
L-3780 Tetange  
c8039/97

01/09/97 - 31/08/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de mercerie-bonneterie

### **ELECTRO BAUER WEYNANDT S.à r.l.**

35, rue des Moulins  
L-7784 Bissen  
c8008/97

15/07/97 - 14/07/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles électriques

### **ELEMENTS BY MDC S.à r.l.**

6, rue Jean Origer  
L-2269 Luxembourg  
c8024/97

01/09/97 - 31/08/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles textiles,  
articles en cuir et fourrures

### **EXCLUSIV-SHOP JUTTEL S.à r.l.**

2, rue de Brabant  
L-9213 Diekirch  
c8065/97

27/11/97 - 26/02/98

déménagement:  
8, place de la Libération,  
L-9255 Diekirch  
articles de confection,

articles textiles, articles  
de mercerie-bonneterie,  
articles en porcelaine,  
gadgets

### **FABER S.à r.l.**

10, Grand-rue  
L-6730 Grevenmacher  
c8057/97

03/11/97 - 02/02/98

transformation immobilière  
laines, articles d'habillement

### **FIELSER BLUMEKUERF S.à r.l.**

24, place Bleiche  
L-7610 Larochette  
c7090/97

09/05/97 - 08/05/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
accessoires d'articles  
d'horticulture et de fleurs

### **GANJI Hamid**

38, rue de Belvaux  
L-4025 Esch/Alzette  
c8031/97

31/07/97 - 30/07/98

cessation complète  
de l'activité commerciale tapis

### **HILGERS Marie Christine**

77, Grand-rue  
L-9905 Troisvierges  
c8029/97

01/09/97 - 31/08/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de mercerie-bonneterie,  
articles textiles  
et de confection

70, MILLEWEE  
GASPERICH  
BP 1044  
L-1010 LUXEMBOURG  
TEL. 49 33 33  
FAX 40 26 34

# A.R.TECH.

SOCIÉTÉ  
ANONYME

L'ART DE LA TECHNOLOGIE

#### **matériel électrique**

appareillage  
tableaux de distribution  
fils et câbles  
goulottes et tuyaux

#### **éclairage**

technique et décoratif  
publique et de secours  
lampes

#### **appareils électriques**

électro-ménager

#### **audio-hifi-vidéo-tv**

TELEFUNKEN-THOMSON-SABA-ROADSTAR

#### **sécurité**

contrôle d'accès  
temps de présence  
systèmes de serrures

#### **appareils de mesure**

localisation de câbles et défauts  
SEBA-DYNATRONIC  
STEINEL

#### **études et services**

protection surtension et foudre  
EIB - Instabus  
éclairage

**HOFFMANN Anita**

39, Grand-rue  
L-9905 Troisvierges  
c8081/97  
27/11/97 - 26/02/98  
déménagement:  
1, route de Stavelot,  
L-9999 Wemperhardt  
chaussures et articles de sports

**HOFFMANN ENGEL S.à r.l.  
ET CIE SECS**

9, rue de Bitbourg  
L-1273 Luxembourg  
c8027/97  
16/08/97 - 15/08/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
produits industriels,  
produits alimentaires  
et matériaux de construction

**HOMTEX S.à r.l.**

41, avenue de la Gare  
L-1611 Luxembourg  
c8037/97  
19/08/97 - 18/08/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de confection  
et de bonneterie  
sur une surface de vente  
de 90 m<sup>2</sup> au centre  
commercial Mercure

**JEANS FASHION S.à r.l.**

18A, rue St-Antoine  
L-9205 Diekirch  
c8001/97  
27/05/97 - 26/05/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
commerce de détail d'articles  
de confection et d'accessoires  
de mode y relatifs à Diekirch

**JUWE S.à r.l.**

2, rue de l'Alzette  
L-4010 Esch-sur-Alzette  
c8026/97  
15/11/97 - 14/02/98  
déménagement:  
21-23, rue de l'Alzette,  
L-4011 Esch/Alzette  
articles d'épicerie et accessoires

**KARTHEISER Denise**

12, place Bleiche  
L-7610 Larochette  
c7078/97  
24/05/97 - 23/05/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de confection  
et articles pour ouvrages  
manuels, chaussures de sport,  
chauss. en textiles

**KREITZ Chantal**

32, avenue de la Liberté  
L-4601 Differdange  
c8049/97  
01/10/97 - 30/09/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles textiles et  
articles de lingerie

**KUNTSCH Jean Marc**

14, Grand-rue  
L-6730 Grevenmacher  
c8053/97  
03/11/97 - 02/11/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'horlogerie-bijouterie  
et orfèvrerie

**LUX Françoise**

16, rue de l'Eglise  
L-8826 Perle  
c8030/97  
04/10/97 - 03/10/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'épicerie et accessoires,  
articles de mercerie,  
articles scolaires et  
art. de papeterie, journaux

**MACK Gilberte**

19-21, rue Jean Jaurès  
L-3490 Dudelange  
c8061/97  
03/11/97 - 02/11/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles textiles et  
articles de confection

**MARCHE AUX BONNES  
AFFAIRES S.à r.l.**

10, route de l'Europe  
L-5531 Remich  
c8051/97  
01/10/97 - 30/09/98

cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de quincaillerie  
et de camping, articles de  
fausse-bijouterie, articles de  
parfumerie et de toilette

**MEHRABKHANI Soheila**

147, rue de Hollerich  
L-1741 Luxembourg  
c8043/97  
03/10/97 - 30/09/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale tapis

**MOBILI S.A.**

27, rue Prince Henri  
L-9047 Ettelbruck  
c8078/97  
11/11/97 - 10/02/98  
déménagement:  
6, rue de Bettembourg,  
L-3378 Livange  
articles d'ameublement,  
de décoration  
pour intérieurs,  
articles électro-ménagers,  
articles de verrerie  
et de literie

**MULTI CARS +  
MULTI MOTO  
JASTROW & CIE S.e.n.c.**

23-25, route d'Arlon  
L-8009 Strassen  
c8088/97 - c8088/97A  
25/11/97 - 24/02/98  
déménagement:  
208, rue des Romains,  
L-8041 Bertrange  
voitures, motos-cycles  
et accessoires y relatifs

**MUSIC CONNECTION S.A.**

56, rue d'Anvers  
L-1130 Luxembourg  
c8007/97  
28/06/97 - 27/06/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
instruments de musique  
et accessoires

**NANCY'S S.à r.l.**

24, rue de l'Alzette  
L-4010 Esch-sur-Alzette  
c7099/97  
28/05/97 - 27/05/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale

articles textiles et accessoires  
y relatifs

**NOUVELLE ANDIAM S.à r.l.**

route de Colmar-Berg  
L-7525 Mersch  
c8076/97  
15/11/97 - 14/11/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'horlogerie-bijouterie

**PISECKY Armand**

9, place d'Armes  
L-1136 Luxembourg  
c8079/97  
15/11/97 - 14/11/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'un salon de coiffure,  
articles de parfumerie

**RODRIGUE-BRAUN & CIE  
S.à r.l.**

7, avenue de la Gare  
L-1611 Luxembourg  
c8018/97  
16/07/97 - 15/10/98  
transformation immobilière  
articles de ménage,  
articles en faïence  
et en porcelaine,  
lampadaires,  
art. de lustrerie et cadeaux

**SAN Aii**

centre commercial TOPAZE  
L-7525 Mersch  
c8022/97  
12/07/97 - 11/07/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles textiles et  
articles en cuir

**SCHAACK Margot**

20, rue des Tondeurs  
L-9570 Wiltz  
c7096/97  
28/05/97 - 27/05/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles textiles et accessoires,  
laines et articles de  
mercerie-bonneterie

**SCHLEICH Marie**

31, Grand-rue  
L-9530 Wiltz  
c8042/97  
04/10/97 - 03/10/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de bijouterie  
articles d'horlogerie et cadeaux

**SCHMITZ-MOND S.à r.l.**

2-4, rue Boltgen  
L-4038 Esch-sur-Alzette  
c8004/97  
28/05/97 - 27/05/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles d'habillement  
et accessoires de mode  
y assortis

**SCHOLTES Marie-Louise**

59, rue de la Libération  
L-4210 Esch-sur-Alzette  
c8058/97  
18/10/97 - 17/10/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
jouets, articles de bricolage,  
couleurs pour peintres,  
livres relatifs au bricolage

**SCHUTZ & WAGNER S.à r.l.**

5, Grand-rue  
L-3730 Rumelange  
c8070/97  
05/11/97 - 04/02/98  
déménagement:  
1, rue de l'Usine,  
L-3754 Rumelange  
articles électriques et  
électroniques,  
articles de binteloterie et  
extincteurs de feu,  
articles pyrotechniques

**SOMALIT S.A.**

13, rue des Ardennes  
L-1133 Luxembourg  
c8092/97  
03/01/98 - 02/01/99  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles textiles,  
articles de literie, rideaux

**SPORT FASHION S.à r.l.**

35, rue G.-D. Charlotte  
L-7520 Mersch  
c8060/97  
03/11/97 - 02/02/98  
transformation immobilière  
articles de sport et de loisirs

**STROCK Robert**

10, place de la Paix  
L-4275 Esch-sur-Alzette  
c8062/97  
02/11/97 - 01/11/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de bijouterie  
et d'orfèvrerie,  
articles d'horlogerie

**TOP FASHION S.à r.l.**

2, place N. Metz  
L-4239 Esch-sur-Alzette  
c8000/97  
28/05/97 - 27/05/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles textiles, articles  
et accessoires d'habillement

**VELO-SPORT-SHOP-KIRCH  
S.à r.l.**

15, avenue J. F. Kennedy  
L-9053 Ettelbruck  
c8028/97  
26/07/97 - 25/07/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de sport

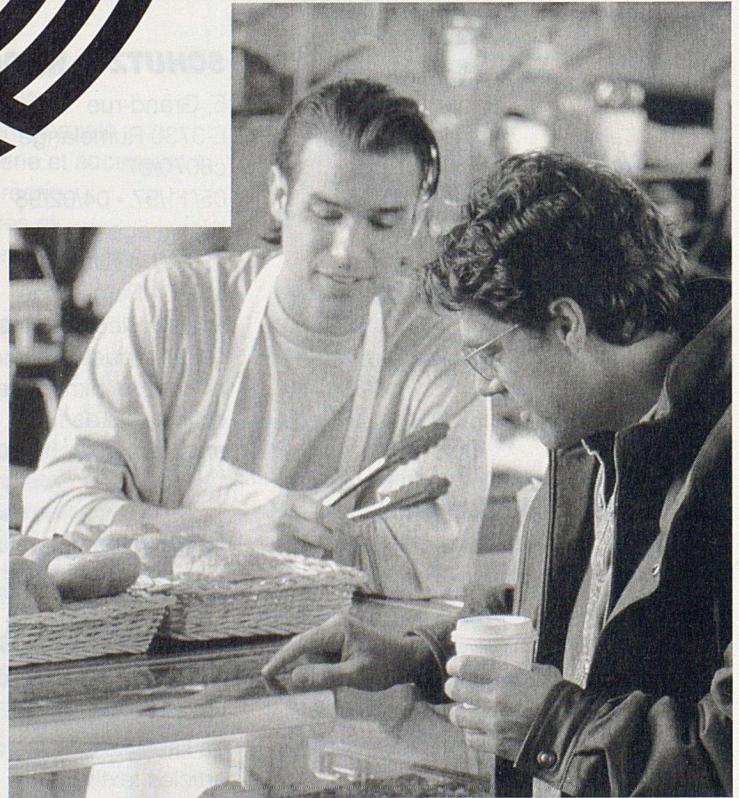
**VERT LUISANT S.à r.l.**

16, rue de Belvaux  
L-4025 Esch-sur-Alzette  
c8040/97  
13/09/97 - 12/09/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
ustensiles et matières  
premières pour artistes-peintres

**YADIGAR S.à r.l.**

13, rue de la Grève Nationale  
L-4633 Differdange  
c8084/97  
26/11/97 - 25/11/98  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
vêtements de confection  
et accessoires de mode

# BIL-entreprises: Votre métier, notre expérience!



Petites et moyennes entreprises: tél.: 4590-2285, fax: 4590-2086  
Grandes entreprises nationales: tél.: 4590-2543, fax: 4590-3444



## Remboursement au fonds pour l'emploi des indemnités de chômage avancées ou payées en cas de résiliation abusive du contrat de travail

Après une longue période de jurisprudences constantes en matière de remboursement des indemnités de chômage payées ou avancées par le fonds pour l'emploi, une décision de la juridiction suprême au Luxembourg a fondamentalement changé l'interprétation des dispositions législatives y afférentes.

### Le régime traditionnel: le licenciement pour motif grave

Le droit à une indemnité de chômage, son montant, ainsi que les conditions de son obtention sont réglés par la loi modifiée du 30 juin 1976 portant 1) création d'un fonds pour l'emploi, 2) réglementation de l'octroi des indemnités de chômage complet.

Cette loi prévoit un certain nombre de conditions pour l'octroi de l'indemnité de chômage dans son article 13 et notamment la condition d'être chômeur involontaire.

L'article 14 prévoit qu'aucune indemnité de chômage n'est due, en cas d'abandon non justifié du dernier poste de travail, sauf si l'abandon est dû à des motifs exceptionnels, valables ou convaincants. Le deuxième cas d'exclusion prévu par l'article 14 est celui du licenciement pour motif grave.

Néanmoins, en cas de licenciement pour motif grave, le salarié peut demander, par une requête devant le Président du Tribunal du Travail, l'obtention par provision de l'indemnité de chômage en attendant l'issue de l'affaire au fond, destinée à analyser le caractère régulier ou abusif du licenciement.

A l'issue du procès, la partie perdante, qu'il s'agisse de l'employeur ou du salarié, sera condamnée à rembourser au fonds pour l'emploi les indemnités de chômage avancées par lui.

Il en résulte que si le licenciement est déclaré abusif, l'employeur doit rembourser au fonds pour l'emploi les indemnités de chômage par lui versées au travailleur pour la ou les périodes couvertes par des salaires, traitements, indemnités que l'employeur sera tenu de verser en application de la décision judiciaire définitive. Il en est de même si l'employeur est condamné pour l'observation de la période de préavis ou en cas de rupture anticipée du contrat conclu à durée déterminée.

L'employeur ne peut plus se soustraire à l'obligation de remboursement vis-à-vis du fonds pour l'em-

ploi en cas de licenciement abusif à partir du moment où le salarié licencié pour motif grave a touché des indemnités de chômage. Ainsi a été déclarée nulle une transaction intervenue entre les seules parties employeur et salarié, laquelle a été conclue au mépris des droits de l'Etat gestionnaire du fonds pour l'emploi, c'est-à-dire sans régler le remboursement des indemnités de chômage versées par provision (C.S.J. 18.12.1997, n° 20327 du rôle).

Le remboursement des indemnités de chômage par l'employeur en cas de licenciement pour motif grave déclaré abusif, se limite donc à la période que le tribunal estime être en relation causale avec le licenciement prononcé, c'est-à-dire à la période qui, vu la situation du salarié (formation, âge, nature de l'emploi occupé, ...) et les efforts déployés par lui pour retrouver le plus rapidement possible un nouvel emploi, aurait dû suffire pour être réemployé.

En principe, le remboursement par l'employeur ne s'étend donc pas sur toute la période pendant laquelle son ancien salarié se trouvait au chômage.

Si, par contre, le licenciement pour motif grave est déclaré régulier, le salarié sera condamné à rembourser au fonds pour l'emploi, le cas échéant de façon échelonnée, tout ou une partie des indemnités de chômage lui versées par provision. Le salarié pourra, lorsque l'Administration de l'Emploi procède au recouvrement des indemnités de chômage, solliciter le bénéfice d'un sursis d'exécution auprès de la juridiction qui a prononcé la condamnation, c'est-à-dire le Tribunal du Travail ou la Cour Supérieure de Justice.

Cette situation concernant le remboursement par l'employeur des indemnités de chômage, relativement claire jusqu'à un moment donné, a été étendue par un arrêt de la Cour de Cassation du 30 octobre 1997 dans une affaire «Etat du Grand-Duché de Luxembourg» contre 1) la société en nom collectif A+R Valvasori et 2) Hajriz Skrijelj, au licenciement avec préavis déclaré abusif.

### Le régime nouveau: le licenciement avec préavis

Depuis la fin de l'année 1995, le fonds pour l'emploi intervient systématiquement dans les affaires de licenciement avec préavis portées par des salariés renvoyés devant les tribunaux du travail. A l'exception de quelques jugements de première instance au début de l'année 1996, une jurisprudence constante des tribunaux du travail et de la Cour d'Appel a toujours déclaré non fondé le recours du fonds pour l'emploi.

La base légale sur laquelle le fonds pour l'emploi s'est fondé se trouve dans l'article 14 paragraphe 5 de la loi modifiée du 30 juin 1976 mentionnée ci-dessus, qui prévoit que: «Le jugement ou l'arrêt déclarant abusif le licenciement du travailleur condamne l'employeur à rembourser au fonds pour l'emploi les indemnités de chômage ...».

Selon le fonds pour l'emploi, cette disposition serait d'application générale et son champ d'application ne se limiterait pas au seul licenciement pour motif grave déclaré abusif, mais concernerait également le licenciement avec préavis non-justifié.

Dans son arrêt du 21 novembre 1996 dans l'affaire sous rubrique, la Cour d'Appel avait fait une analyse des travaux parlementaires pour dégager la véritable intention du législateur quant à l'article 14 paragraphe 5 relative au remboursement des indemnités de chômage. Les travaux parlementaires ne permettaient cependant pas de dégager l'intention du législateur et la Cour d'Appel s'est alors reportée au texte même de la loi et l'a analysée dans son contexte afin d'en déterminer le sens et la portée.

Elle a relevé que s'il est vrai qu'en disposant au paragraphe 5 de l'article 14 que le jugement ou l'arrêt «déclarant abusif le licenciement du travailleur» condamne l'employeur au remboursement des indemnités de chômage, le législateur ne précise pas si le licenciement abusif visé est un licenciement pour motif grave ou un licenciement avec préavis, il résulte clairement de l'économie du texte de l'article 14, de son agencement et de la terminologie employée que les dispositions de l'article en question, y compris le paragraphe 5, visent exclusivement le licenciement pour motif grave.

La Cour d'Appel a estimé par conséquent que si le législateur avait eu l'intention de réserver à l'Etat un recours dans les deux cas de licenciement, c'est-à-dire sortir le paragraphe 5 du contexte général ou de «l'esprit» de l'article 14, il n'aurait pas manqué de le spécifier expressément. Elle avait donc déclaré non fondée la demande du fonds pour l'emploi.

La Cour de Cassation, dans un arrêt peu motivé du 30 octobre 1997, a balayé l'argumentation de la Cour d'Appel et a déclaré, contrairement aux conclusions du Ministère Public, que la Cour d'Appel aurait violé le texte de l'article 14 paragraphe 5 par une fausse application et a ainsi décidé que l'employeur, en cas de licenciement avec préavis déclaré abusif, est tenu de rembourser les indemnités de chômage versées au salarié injustement licencié.

Dans toute affaire en matière de droit du travail où un licenciement émanant de l'employeur est en cause, il faut s'attendre à ce qu'une troisième partie vienne introduire une demande à l'encontre de l'employeur, en l'occurrence l'Etat en sa qualité de gestionnaire du fonds pour l'emploi.

Même si le recours du fonds pour l'emploi semble limité à la période retenue par le jugement ou l'arrêt déclarant abusif le licenciement comme étant en relation causale directe avec le licenciement, il en résulte pour l'employeur une charge supplémentaire importante.

Cette décision de la Cour de Cassation est un nouveau pas dans la direction de l'impossibilité de dénoncer des contrats de travail, si on connaît les exigences des tribunaux du travail et de la Cour d'Appel quant à la précision des motifs à la base d'un licenciement et la rigidité de la procédure du licenciement. En interprétant ainsi une disposition législative, certes formulée d'une manière malheureuse, la Cour de Cassation a pris une décision qui est hostile à l'emploi au Luxembourg. L'employeur qui se trouve constamment exposé au risque de ne plus pouvoir se délier d'un salarié pour des motifs réels et sérieux sans devoir craindre une condamnation de remboursement de plus ou moins 6 mois d'indemnités de chômage, pourra devenir réticent à embaucher de la main-d'œuvre.

Suite à cet arrêt de la Cour de Cassation, le risque financier est dorénavant moins important pour le licenciement d'un non-résident que pour celui d'un résident. Cet argument pourra également être pertinent lors d'une décision d'embauche.

Il faut espérer une intervention rapide du législateur, à défaut d'un revirement de jurisprudence, si l'on veut éviter que les efforts déployés pour sensibiliser les entreprises à employer prioritairement les demandeurs d'emploi inscrits à l'Administration de l'Emploi, ne soient pas mis à néant.

Un assainissement de cette situation s'impose également du point de vue de l'équité. Même à supposer que l'intention du législateur était de prévoir le remboursement pour tout cas de licenciement déclaré abusif, il y aurait une discrimination nette entre l'employeur et le salarié, alors que le texte ne prévoit pas une telle obligation pour les salariés régulièrement licenciés avec préavis pour des fautes dont ils se sont rendus coupables. Peut-on dans un tel cas encore dire que la condition de l'article 13 de la loi modifiée du 30 juin 1976, qui prévoit qu'il faut être chômeur involontaire pour pouvoir bénéficier de l'indemnité de chômage, est remplie? Au lecteur d'y porter son jugement.

## Nous sommes à votre service !



### EURO COMPTES S.A.

8, AVENUE DE LA FAÏENCERIE • L-1510 LUXEMBOURG

**COMPTABILITE • FISCALITE  
TRAITEMENTS ET SALAIRES**

Tél. **47 10 11/12** Fax **47 02 06**

## «Équilibrer les flux, non les capacités...»

### ... vers l'Excellence Industrielle

Cette maxime constitue une des règles essentielles de la théorie des contraintes énoncée par E.M. Goldratt. Elle sous-entend en effet la notion de synchronisation des flux et influence par conséquent directement la compétitivité de l'entreprise. Identifier les flux, les équilibrer, en assurer la synchronisation ainsi que l'optimisation s'avère donc être le défi lancé aux entreprises évoluant dans l'environnement industriel actuel. Cette notion de flux peut être définie comme un écoulement directionnel matériel (produits, composants, ...) ou immatériel (financier, d'information, de décision ...). Dans cette définition, une notion importante et inhérente vaut la peine d'être relevée: le temps. En effet, si tout écoulement s'inscrit de façon naturelle dans le temps, il existe cependant une différence fondamentale entre un écoulement temporel, qui est continu et permanent, et un écoulement matériel (ou immatériel) qui peut être arrêté ou du moins freiné. Ce dernier état définit ce que l'on pourrait appeler l'anti-flux. Celui-ci est généralement à l'origine d'innombrables symptômes qui ne seront identifiés que lors d'une diminution de la «véritable productivité». Cette dernière peut être mesurée par les trois principaux indicateurs de la théorie des contraintes: le niveau des ventes, les coûts d'exploitation et les stocks. Ces derniers évoluent favorablement lorsque l'entreprise réussit à éliminer ses anti-flux. Augmenter la véritable productivité en maîtrisant les flux permet donc d'atteindre l'unique «But» de l'entreprise: **dégager un profit.**

Afin de mieux appréhender ces concepts de flux (d'anti-flux) et de mettre en évidence les problèmes y relatifs, analysons brièvement l'exemple suivant.

Tant que deux postes séquentiels sont synchronisés, les produits fournis par le poste amont sont consommés au même rythme par le poste aval. Le flux est continu et permanent. Par contre, lorsque le poste amont produit, pour une raison ou une autre, à un rythme plus élevé, il crée de l'encours, engendre l'encombrement de l'espace entre les postes et fait croître une file d'attente entraînant des délais et des coûts non couverts par les ventes. Il crée donc une demande irréelle et déséquilibre tout le système amont. Les flux en amont et en aval du deuxième poste s'écoulent à des vitesses différentes.

Pour mieux décrire ce processus on peut utiliser une métaphore: **le flux évoluant le long d'une chaîne.** Chaque chaînon relie 2 étapes dans un processus. Si nous venons de décrire le flux matériel d'un poste amont vers un poste aval, il existe également un flux parallèle d'information en sens inverse. L'optimisation n'a de sens que si les deux flux sont optimisés. Un frein anti-flux dans l'un des écoulements se répercute sur l'autre. Ce qui est vrai pour un tel chaînon est vrai globalement pour tous les chaînons du processus.

Chaque manque de synchronisation, ne fût-il que local, introduit un déséquilibre qui se répercute globalement (faux besoins, surcharge, surcapacité ...).

Ce petit exemple est générique. Il peut donc s'appliquer à n'importe quel processus tout au long de la chaîne logistique globale. Une réelle maîtrise des flux ne peut s'arrêter aux murs de l'entreprise, car elle fait elle-même partie d'un processus beaucoup plus étendu. En effet, comme l'optimisation locale d'un ou plusieurs chaînons ne conduit pas à l'optimum global de l'entreprise, l'optimisation du processus global de cette entreprise dépendra autant de ses liens extérieurs en amont que de ceux en aval.

Un des éléments forts du processus JAT (*Juste A Temps*) mais aussi une condition nécessaire pour sa mise en œuvre est l'intégration verticale vers l'amont et vers l'aval. Cette intégration signifie partenariat à part égale et permet, d'une part, d'avoir une vue sur le marché du client et, d'autre part, d'avoir un accès transparent vers le programme directeur du fournisseur. Le souci final étant la synchronisation sur le fournisseur et sur le client. Le besoin d'intégration verticale est particulièrement important pour les entreprises de distribution. Pour ces entreprises, il est primordial de synchroniser les flux tout au long de la nomenclature de distribution jusqu'au programme directeur du fournisseur.

En considérant la chaîne logistique globale du fournisseur de matières premières jusqu'au consommateur final, de très nombreux chaînons sont à contrôler. Gagneront les participants à ces chaînes qui sont le mieux synchronisés. Le moindre asynchronisme dans les chaînes, voire dans les flux, se traduit par un découplage, c'est-à-dire le besoin de constituer des stocks, donc une perte de la productivité. L'écoulement final se fera à la vitesse du participant le plus lent. Dans un environnement où les parts de marchés sont limitées, la capacité de synchronisme est devenue sans doute un avantage concurrentiel gagnant très important. Toutes les méthodes de gestion et de planification sont bonnes tant qu'elles sont cohérentes avec les contraintes nécessaires du synchronisme. Or, introduire une contrainte dans son système de gestion permet d'en diminuer les degrés de liberté et d'incertitude. Goldratt l'a très clairement montré dans sa théorie des contraintes. Les mêmes concepts ont été repris et élargis voir généralisés dans son livre «Le Management par les contraintes en gestion industrielle» par Philip Marris.

*Jos SCHAEFERS, CPIM, membre du comité de direction du CRP Henri Tudor*

«Grâce au programme communautaire opérationnel pour la zone objectif 2 (communes du canton Esch ainsi que les communes de Bascharage, Clemency, Dippach, Garnich et Mamer), la Chambre de Commerce organisera, en collaboration avec la Chambre des Métiers, un cycle de plusieurs séminaires accompagné de conseils en entreprise. Une première présentation du projet aura lieu le **mercredi, 4 mars 1998 à 18.30 heures à la Chambre de Commerce.** Les entreprises intéressées à participer à ce cycle de formation peuvent s'inscrire à la Chambre de Commerce, Mme Edith Stein, tél. 42 39 39-316.

## Grandes surfaces

### Nouvelle loi

La loi du 28 décembre 1988 concernant le droit d'établissement a été modifiée par la loi du 4 novembre 1997 publiée au Mémorial le 24 novembre 1997 (No A-88).

La pierre angulaire des modifications légales et réglementaires proposées dans la loi du 4 novembre 1997 concerne notamment les conditions particulières d'établissement applicables aux grandes surfaces commerciales.

#### Pourquoi cette réforme légale?

La loi de 1988 n'a pas permis d'assurer un équilibre sain entre, d'une part, le commerce «intra-muros» des centres-villes et le commerce de proximité, et, d'autre part, la grande distribution implantée à la périphérie des agglomérations.

Elle n'a pas réussi à freiner le mouvement de régression des petites et moyennes entreprises du commerce de détail et n'a pas pu assurer, dans la mesure du possible, à tous les commerçants, des conditions équivalentes pour l'exercice de leurs activités. D'après une étude du Statec, 930 entreprises du commerce de détail de produits alimentaires, de boissons et de tabacs ont disparu entre 1975 et 1994.

#### Les principaux objectifs de la nouvelle loi:

1) donner des définitions claires et précises du commerce de détail, du consommateur final, du magasin spécialisé, du centre commercial, de la surface de vente ainsi que de la surface commerciale;

2) définir les branches commerciales, en regroupant certaines branches pour former des familles de branches commerciales (les branches commerciales principales);

3) freiner la prolifération des grandes surfaces commerciales en fixant des plafonds aux surfaces autorisables pour la création de nouvelles surfaces commerciales et pour l'extension des surfaces commerciales existantes;

4) préciser et étendre les possibilités de refus d'une autorisation particulière en indiquant que le refus peut être prononcé si le projet risque de compromettre l'équilibre de la distribution dans les branches principales concernées sur le plan national, régional ou communal ou si le projet risque de créer un déséquilibre commercial entre un centre ville et sa périphérie au détriment du centre ville;

5) améliorer les possibilités d'appréciation du trouble économique en précisant les renseignements que doivent contenir la demande d'autorisation et l'étude du marché;

6) permettre au Gouvernement de mieux déterminer sa politique en matière de grandes surfaces en cernant davantage la notion d'équilibre de la distribution et en remplaçant le recours en réformation contre les décisions du Ministre en matière d'autorisation particulière par le recours en annulation.

Dans la prochaine édition du MERKUR, vous trouverez un dossier complet relatif aux modifications légales de la loi du 4 novembre 1997, notamment en ce qui concerne les conditions particulières d'établissement applicables aux grandes surfaces commerciales et aux règlements d'exécution afférents, notamment la liste des branches commerciales et des branches commerciales principales. D'ores et déjà, les intéressés peuvent demander une copie des textes légaux en question auprès du service conseil et assistance aux PME, tél. 42 39 39-352.

## Magasins d'usines

### Lettre ouverte à la Commission européenne et aux Gouvernements

Le magasin d'usine, c'est-à-dire le magasin situé dans l'enceinte ou à proximité de l'usine et dans lequel le producteur vend ses produits au consommateur final, a une longue tradition en Europe.

Cette vente s'est généralement limitée à des produits défectueux ou de second choix, ou a permis au producteur de se débarrasser de ses stocks en cas de surproduction.

Une nouvelle forme de la distribution consiste à regrouper des dizaines, voire plus de cent magasins d'usine dans un méga-centre commercial. A l'image des factory outlet malls aux Etats-Unis, les premiers centres ont été ouverts dans plusieurs pays européens, dont surtout la France et l'Angleterre.

A en juger le nombre de projets annoncés récemment, les promoteurs cherchent à implanter des centres partout en Europe.

Les associations interprofessionnelles et professionnelles lancent un appel urgent à leurs gouvernements respectifs de considérer que l'essaimage de ces nouvelles grandes surfaces offrant des produits de marques à des prix discount à longueur d'année

- fera disparaître un nombre considérable de commerces traditionnels, et plus particulièrement des PME.

- conduira à un appauvrissement des structures commerciales de nos villes; un courant qui entraînera des magasins d'autres branches commerciales, des établissements du secteur horesca ou des prestataires de services;
- fera augmenter le nombre de chômeurs sachant qu'un emploi créé dans un centre de magasins d'usine supprime 3 postes dans le commerce traditionnel;
- ne résoudra pas le problème de la congestion étant donné qu'un centre de magasins d'usine aspire le pouvoir d'achat dans un rayon d'au moins 100 km;
- fera augmenter le transport individuel sur de plus longues distances ce qui générera des nuisances écologiques,
- favorisera la concentration dans le commerce;
- réduira l'offre des postes d'apprentissage et amplifiera dès lors le problème du chômage des jeunes;
- ne fera qu'engendrer découragement chez l'indépendant et le responsable d'une P.M.E. et atténuer une fois de plus l'esprit d'entreprendre alors qu'il est reconnu que c'est de cette volonté dont on a besoin.

Il est urgent que les hommes politiques se rappellent leurs responsabilités mises en exergue par le Livre Vert sur le commerce de la Commission européenne. Ils doivent enfin se rendre compte qu'ils ne peuvent pas ignorer le phénomène »factory outlet mall» si en même temps ils prônent leurs initiatives en faveur

- des PME
- de l'emploi
- de la revitalisation des centres villes ou
- d'une réduction des nuisances écologiques.

Le Livre Vert sur le Commerce constate en effet

«que le commerce représente un tiers de toutes les entreprises de l'UE, dont 95% comptent moins de dix employés (donc des micro et petites entreprises). Il génère un pourcentage d'emplois sensiblement plus élevé que l'économie dans son ensemble.»

»le rôle pivot joué par le commerce dans la préservation d'une vie communautaire équilibrée, que ce soit en centre ville ou grâce aux magasins locaux de proximité implantés aussi bien en tissu urbain que rural.»

»que la concentration risque d'inciter les fabricants puissants sur le marché à exploiter les acheteurs plus faibles en augmentant les prix ... il importe de préserver des marchés concurrentiels ... »

En considération de ce qui précède, les associations interprofessionnelles et professionnelles

- reprochent à certains gouvernements ou autorités communales d'être juge et partie dans l'implanta-

tion d'outlet mall; l'objectivité des débats et des études n'est pas garantie;

- souhaite qu'indépendamment de la surface totale d'un centre de magasins d'usine, tout projet doit être vérifié quant à ses effets directs et indirects positifs ou négatifs sur le tissu commercial existant, l'emploi, l'environnement et la concentration dans le commerce et ceci en collaboration avec les organisations interprofessionnelles et professionnelles représentatives du commerce;
- exigent qu'en raison des effets transfrontaliers de ces implantations, une concertation avec les gouvernements des pays ou régions avoisinants doit être améliorée;
- refusent que des moyens financiers publics soient utilisés pour subventionner des outlet malls;
- font appel à la Commission européenne d'intervenir afin d'éviter que les tendances actuelles n'anéantissent les efforts que la Commission elle-même souhaite entreprendre et qu'elle a annoncés dans son Livre Vert sur le Commerce.

La présente lettre ouverte a été signée par les organisations professionnelles et interprofessionnelles suivantes:

pour l'Allemagne: Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE)

Arbeitskreis »Rettet die Innenstädte«

pour la Belgique: Union Syndicale des Classes Moyennes (UCM)

Fédération Syndicale des Classes Moyennes de la Province de Luxembourg (Féclalux)

pour le Luxembourg: Confédération du Commerce Luxembourgeois (CCL), Fédération des Artisans, Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers (HORESCA), les unions commerciales Akaf-scenter Aal Avenue, Belvaux/Soleuvre, Bonnevoie/Howald, Diekirch, Dudelange, Esch/Alzette, Ettelbruck, Grevenmacher, Kayl-Tétange, Luxembourg, Mamer/Cap, Mersch, Pétange, Schifflange et Walferdange.



## ABELAG AVIATION

AIR TAXI SERVICES

**Executive & Emergency Flights**



☎ 47.98.99.10

**Direct Flights to  
more than 2000  
Airports from  
Luxembourg**

• Benelux leader in business aviation

• More than 30 years experience

Luxembourg Airport • L - 1110 Luxembourg • Fax : 47.98.99.15

# Charges sociales

(situation au 1<sup>er</sup> janvier 1998, indice 548, 67)

## 1. Taux de cotisation

Branche d'assurances	Ouvriers			Employés		
	Taux	Part du patron	Part de l'ouvrier	Taux	Part du patron	Part de l'ouvrier
Assurance pension	16%	8%	8%	16%	8%	8%
Assurance maladie	10,1%	5,05%	5,05%	5,4%	2,7%	2,7%
Assurance accidents	entre 0,60 et 6%			entre 0,60 et 6%		
Santé au travail (SNST, STI)	0,11%					

## 2. Minima et maxima cotisables

Branche d'assurances	Minimum mensuel	Maximum mensuel
Assurance maladie	Le salaire social minimum, qui est de (ind. 548, 67):	5 fois le salaire social minimum, c.-à-d.: 231.374 LUF à l'indice 548, 67
Assurance pension	46.275 LUF pour les salariés de 18 ans 37.020 LUF pour les salariés de 17 ans	
Assurance accidents	32.392 LUF pour les salariés de 16 ans 27.765 LUF pour les salariés de 15 ans	

## Rappel: Niveau du salaire social minimum

Le niveau du salaire social minimum correspondant à la cote d'application 548, 67 de l'échelle mobile des salaires est fixé comme suit:

Travailleur non qualifié		
Age	Taux mensuel	Taux horaire
à partir de		
<b>18 ans accomplis</b>	46.275 LUF	267,48 LUF
<b>17 ans accomplis</b>	37.020 LUF	213,99 LUF
<b>16 ans accomplis</b>	32.392 LUF	187,24 LUF
<b>15 ans accomplis</b>	27.765 LUF	160,49 LUF

Le niveau du salaire social minimum pour travailleurs qualifiés, au sens des dispositions de l'article 4 modifié de la loi modifiée du 12 mars 1973, portant réforme du salaire social minimum, est fixé à 55.530 LUF par mois.

Peut prétendre au salaire social minimum pour travailleurs qualifiés:

1) le salarié qui exerce une profession comportant une qualification professionnelle usuellement acquise par un enseignement ou une formation sanctionnée(e) par un certificat officiel. Sont à considérer comme certificats officiels, les certificats reconnus par l'Etat

luxembourgeois et qui sont au moins du niveau du certificat d'aptitude technique et professionnelle (CATP) de l'enseignement secondaire technique. L'équivalence des certificats qui sont au moins du niveau du certificat d'aptitude technique et professionnelle est reconnue par le Ministère de l'Education nationale et de la Formation professionnelle sur avis du Ministre du Travail et de l'Emploi. Toute condition de pratique professionnelle antérieure est supprimée depuis le 1<sup>er</sup> avril 1986 pour l'attribution du salaire social minimum pour travailleurs qualifiés;

2) le détenteur du certificat de capacité manuelle (CCM) justifiant d'une pratique d'au moins deux années dans le métier dans lequel le certificat a été délivré;

3) le détenteur du certificat d'initiation technique et professionnelle (CITP) justifiant d'une pratique d'au moins cinq années dans le métier ou la profession dans lesquels le certificat a été délivré (disposition nouvelle à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1997);

4) à défaut de certificat, le travailleur justifiant d'une pratique professionnelle minimale de dix années dans la profession considérée;

5) lorsque l'apprentissage d'une profession n'est pas acquis par la voie d'une formation sanctionnée par la délivrance d'un certificat officiel, la loi subordonne l'acquisition du bénéfice de la qualité de travailleur qualifié à une formation d'ordre pratique acquise par l'exercice durant une période minimale de six années de métier exigeant une certaine capacité technique.

**Inspection Générale  
de la Sécurité Sociale:**

## Paramètres sociaux valables à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1998 (n.i. 548,6)

### 1. Minima et maxima cotisables

Salaire social minimum mensuel		46.275
Minimum cotisable assurés actifs (tous régimes confondus)		
18 ans et plus	100%	46.275
17 ans	80%	37.020
16 ans	70%	32.392
15 ans	60%	27.765
18 ans et plus qualifié	120%	55.530
Min. cotisable pensionnés (tous régimes confondus)	130%	60.157
Max. cotisable (tous régimes confondus)		231.374

### 2) Assurance pension

Pension minimum personnelle	39.727
Pension min. de conjoint survivant	32.223
Pension minimum d'orphelin	10.741
Pension personnelle maximum	183.920
Seuil inférieur anti-cumul pension+revenu	52.969
Seuil inférieur anti-cumul conjoint survivant	66.211
Revenu professionnel immunisé	29.427

### 3) Revenu minimum garanti (RMG) et autres prestations mixtes

(versés sous conditions de ressources)			
Montant par mois	1 <sup>re</sup> personne adulte		32.964
	2 <sup>e</sup> personne adulte		16.482
	personne adulte supplémentaire		9.432
	enfant		4.000
	majoration pour impotence		14.507
Allocation pour personnes gravement handicapées de			
	moins de 18 ans		7.253
	18 ans et plus		14.507
	Allocation de soins		14.153

## Saison touristique 1997

### La fréquentation se stabilise à son niveau plancher

D'après les estimations du Statec, le nombre des arrivées, toutes catégories d'hébergement confondues, a diminué de 2% pendant les 8 premiers mois de l'année 1997 par rapport à la même période de l'année précédente. Le nombre des nuitées a, quant à lui, baissé légèrement de l'ordre de 1%. On observe

cependant de fortes variations suivant la catégorie d'hébergement. Ainsi, le nombre des nuitées passées sur les campings a augmenté de 4,1%, alors que le nombre des nuitées dans les hôtels, auberges et pensions a diminué de 3,4%.

	1996	1997	Variation en %
	(janvier à août)		
	Arrivées (en milliers)		
Toutes catégories d'hébergement	568	557	- 1.9
Hôtels, auberges, pensions	330	327	- 0.9
Campings	169	127	+ 1.8
Hébergement complémentaire	69	58	- 15.9
	Nuitées (en milliers)		
Toutes catégories d'hébergement	1975	1956	- 1.0
Hôtels, auberges, pensions	740	715	- 3.4
Campings	957	996	+ 4.1
Hébergement complémentaire	278	245	- 11.9

Du côté de la provenance des hôtes, on dénote une forte progression des touristes néerlandais et britanniques (resp. +5.6% et 1.5%) pour l'ensemble des catégories d'hébergement. A l'opposé, les clients

belges (-1.7%) ont quelque peu délaissé le Grand-Duché tandis que la régression des touristes allemands oscille autour de 11%.

Cette tendance à la baisse de la clientèle allemande est observée également dans les hôtels et

campings, alors que les hôtes britanniques progressent dans les deux catégories (resp. 8.5% et 2.0%)

	Variation (en %) 1997/1996: janvier à août		Campings
	Toutes catégories	Hôtels, auberges, pensions	
Belgique	-1.7	0.7	0.1
Allemagne	-11.4	-10.3	-4.9
France	-2.1	1.7	-5.4
Royaume-Uni	1.5	8.5	2.0
Pays-Bas	5.6	-5.6	8.3

Pour la ville de Luxembourg, le recul des nuitées passées par les hôtes étrangers durant la période sous revue a été de l'ordre de -8% pour l'ensemble des catégories d'hébergement et de -3% pour les hôtels, auberges et pensions. Ici, on observe le même

phénomène que pour l'ensemble du pays, à savoir: régression des hôtes allemands (-10%), forte augmentation des hôtes britanniques (+20%), et progression modérée pour les hôtes belges et américains (plus de 3%).

**En cas de changement d'adresse,**



**veuillez bien nous en informer!**

## CHAMBRE DE COMMERCE

L-2981 Luxembourg

M. Francis Schütz

Tél.: 42 39 39-252

Fax: 43 83 26

E-mail: [affiliation@cc.lu](mailto:affiliation@cc.lu)

### Mit uns ins eigene Heim.

Sie wollen sich den Traum vom eigenen Zuhause erfüllen? Und das schon bald? Wir helfen Ihnen dabei mit einer zinsgünstigen Finanzierung: mit dem Wüstenrot IDEAL Bausparen. Und der Staat hilft zusätzlich: mit großzügigen Steuervorteilen.

### Beratung bei Ihnen zu Hause

Wenn Sie es wünschen, beraten wir Sie auch gern bei Ihnen daheim. Tagsüber - oder nach Feierabend.


### Informationen und Beratung:

- bei allen BIL-Geschäftsstellen
- bei allen Agenten von LE FOYER
- oder direkt bei Wüstenrot Niederlassung Luxemburg.

ET MÉCHT EIS WIIRKLECH KENG  
ËMSTÄNN, BEI IECH LAANSCHT  
ZE KOMMEN.



**wüstenrot**

BANQUE INTERNATIONALE  
A LUXEMBOURG 

Unsere Partner in Luxemburg

**LE FOYER**  
Groupe d'Assurances 



## **Marché automobile**

# **Légère croissance du parc automobile en 1996 et 1997**

Les chiffres définitifs sur l'état détaillé du parc automobile luxembourgeois au premier janvier 1997, ainsi que les chiffres provisoires au 30 septembre 1997 viennent d'être publiés par le Statec. Le parc total des véhicules, toutes catégories confondues, s'est chiffré au 1.1.1997 à 285.952, dont 236.831 voitures particulières, commerciales et utilitaires. Ceci consti-

tue une croissance de 2,3% du parc dans son ensemble et de 2,2% des voitures destinées au transport des personnes.

Les chiffres provisoires pour les 3 premiers trimestres de 1997 confirment cette progression, le nombre des voitures particulières, commerciales et utilitaires se chiffrant fin septembre 1997 à 243.193 voitures, soit une progression de 2,7% par rapport au début de l'année.

La relance constatée en 1996 au niveau des nouvelles immatriculations se poursuit en 1997. Au cours des 9 premiers mois de 1997, le marché a progressé de 2,2% par rapport à la même période de 1996 (25.692 unités en 1997 par rapport à 25.147 en 1996).

## **Le commerce extérieur du Luxembourg**

# **Premiers résultats pour l'année 1997**

Dans son nouveau bulletin statistique, le Statec donne un aperçu succinct sur les chiffres provisoires du commerce extérieur du Luxembourg au premier semestre de 1997.

Les exportations ont augmenté de 7,6% au cours du deuxième trimestre de 1997, par rapport à la même période de l'année précédente. Elles s'élèvent à 60,8 mia. de Luf, ce qui signifie un chiffre trimestriel record dans l'histoire du commerce extérieur du Luxembourg. Au premier trimestre, le rythme de progression n'a été que de 2,8%. La croissance des fournitures s'est donc accélérée au deuxième trimestre, ce qui est confirmé par la série désaisonnalisée dont la valeur du deuxième trimestre dépasse de 3,1% celle du premier. Sur l'ensemble des six premiers mois de cette année, l'accroissement des exportations est de 5,1%. En raison de la faible variation des valeurs unitaires (+0,4%), la croissance des volumes au premier semestre est proche (+4,7%) de celle en valeur.

Alors que les exportations à destination des Etats membres de l'Union Européenne ont stagné au premier trimestre et progressé de 6,6% au second, les livraisons au pays tiers à l'UE ont augmenté de 13,8% au deuxième trimestre et même de 17,3% sur l'ensemble des six premiers mois.

La reprise conjoncturelle a profité à la plupart des branches de l'industrie luxembourgeoise, surtout au second trimestre. Signalons à ce sujet la forte reprise des livraisons de l'industrie sidérurgique dès le second trimestre.

Avec un taux d'accroissement de 1,6%, la progression des importations a été plus modérée que celle des exportations au premier semestre de 1997. Cet accroissement est plus important en faisant abstraction de l'acquisition exceptionnelle d'aéronefs en 1996 et du commerce import-export de matériel de transport en recul au deuxième trimestre de 1997. Des prix énergétiques plus élevés qu'en 1996, des approvisionnements accrus en produits intermédiaires et en équipements de la part de l'économie luxembourgeoise ainsi que l'ouverture d'une nouvelle grande surface sont à l'origine de cet accroissement des importations.

Les approvisionnements aux pays tiers à l'UE ont reculé tant au premier qu'au second trimestre de 1997. Sur les six mois, la baisse est de 15,3%. Par contre, les arrivées de marchandises en provenance des Etats membres de l'UE ont augmenté de 3,2% au premier semestre.

La plus forte progression des exportations, par rapport aux importations, a contribué à réduire le déficit commercial de 3,4 mia de Luf au premier semestre (1996: 37,5 mia. Luf, 1997: 34,1 mia. Luf). Cette amélioration du solde de la balance commerciale ne compense cependant pas entièrement la forte dégradation connue en 1996. Le déficit reste largement supérieur à celui du premier semestre de 1995.

## **1<sup>er</sup> semestre 1997**

# **L'emploi salarié en hausse de 3,1%**

Par rapport aux 6 premiers mois de 1996, l'emploi salarié intérieur s'est accru au premier semestre de l'année dernière de 3,1%. Ce taux d'accroissement est légèrement supérieur à celui enregistré au cours du 1<sup>er</sup> semestre 1996 (+2,6%). Le nombre de femmes salariées continue de progresser à un rythme plus rapide (+3,9%) que celui des hommes (+2,7%).

Comme les années précédentes, le développement de l'emploi est nettement plus dynamique chez les frontaliers (+8,2%) que chez les résidents (+1,1%). Fin juin, 30,8% des salariés occupés sur le territoire du Grand-Duché étaient des frontaliers. Chez les seules femmes, cette proportion ne s'élève qu'à un peu moins de 27%. Selon le pays de provenance, il apparaît que ce sont les frontaliers en provenance de France qui connaissent la progression la plus importante (+9,5%). Ces derniers représentent maintenant 52,4% du total des frontaliers suivis par leurs homologues venant de Belgique (29,3%) et d'Allemagne (18,2%).

## Etude économique européenne 1998

L'enquête Eurochambres<sup>1</sup> a été réalisée au Grand-Duché en octobre 1997 auprès des entreprises luxembourgeoises. 857 entreprises ont valablement répondu au questionnaire prenant en compte plusieurs aspects de la vie économique des entreprises. 45,4% des entreprises font partie du secteur manufacturier et 54,6% poursuivent des activités de services marchands. Au total, 94,7% des entreprises luxembourgeoises choisies ont répondu au questionnaire et ont ainsi contribué à la réalisation de cette cinquième édition de l'Etude économique européenne<sup>2</sup>.

Les principaux résultats de l'enquête reflètent directement l'opinion des dirigeants d'entreprise en ce qui concerne l'évolution de leurs affaires en 1997 par rapport à l'année précédente et leurs prévisions quant au climat économique en 1998. Ainsi ils peuvent servir d'indicateurs de la conjoncture, bien qu'ils doivent être interprétés avec prudence.

Les personnes intéressées peuvent commander le rapport complet de l'Etude économique européenne, édition 1998, auprès du Service des Etudes économiques de la Chambre de Commerce (M. Carlo THELEN, tél. 42 39 39-351, fax 43 83 26, e-mail: pme@cc.lu).

### 1) Présentation de l'économie luxembourgeoise

Vu l'étroitesse de son territoire, le Grand-Duché dépend économiquement dans une large mesure du commerce extérieur. L'économie luxembourgeoise,

très ouverte, est fortement tournée vers les autres Etats membres de l'Union européenne, dont plusieurs connaissent actuellement un regain d'activité porté par les exportations.

La croissance de l'économie luxembourgeoise reste plus soutenue que celle des autres Etats membres. En 1996, la richesse nationale mesurée en terme de PIB a connu un taux de croissance de 3,0%. Pour 1997 et 1998, ce même taux est estimé à quelque 3,6%, soutenu par la bonne performance des services financiers et des exportations. Selon des estimations récentes, la consommation privée devrait rester plutôt faible. Le déficit de la balance commerciale est plus que compensé par l'excédent de la balance des services.

Tous les indicateurs macro-économiques sont positifs alors que le problème majeur connu dans tous les Etats membres prend de l'ampleur aussi au Grand-Duché: il s'agit du chômage. Tout en restant bas dans des comparaisons internationales, et malgré la création continue de nouveaux emplois, le taux de chômage devrait augmenter de 3,3% en 1996 à 3,6% en 1997 et probablement à 3,8% en 1998. La principale explication de cette évolution réside dans le fait que les emplois nouvellement créés sont aussitôt occupés par des travailleurs frontaliers, notamment du fait que le profil des demandeurs d'emploi résidents ne convient pas aux nouveaux postes à pourvoir.

L'indice des prix à la consommation a connu une croissance notable au 3<sup>e</sup> trimestre de l'année 1997, alors que le taux d'inflation annuel moyen se situe à 1,4%. Dans la comparaison européenne, la situation des finances publiques est favorable, malgré un endettement accru de l'Etat.

	1994	1995	1996	1997
Population:	400.900	406.600	412.800	418.300
dont étrangers:	124.500	132.500	138.000	142.800
Emploi intérieur total:				
dont frontaliers:	208.300	213.500	219.000	224.000
	51.300	55.500	59.600	63.200
PIB au prix du marché (en mia de LUF):				
version SEC <sup>3</sup>	487,7	511,2	530,6	562,3
version nationale <sup>4</sup>	547,8	568,6	591,8	626,6
Balance commerciale (en mia de LUF):	-62,4	-61,5	-71,7	-65,0
Balance courante (en mia de LUF):	90,8	92,3	83,7	88,0
Taux de chômage:	2,7%	3,0%	3,3%	3,6%
Taux d'inflation:	2,2%	1,9%	1,4%	1,4%
Surplus du secteur public en % du PIB:	2,6%	2,0%	2,6%	0,7%
Dette publique en % du PIB:	5,7%	5,9%	6,6%	6,7%

<sup>1</sup> L'Association Eurochambres regroupe 1.400 Chambres de commerce et d'industrie et représente quelque 14 millions d'entreprises dans 31 pays. La mission de l'Association, qui a son siège à Bruxelles, est de défendre les intérêts des milieux d'affaires européens et de promouvoir et de renforcer les relations et la collaboration entre les Chambres de commerce européennes.

<sup>2</sup> Au niveau européen, quelque 100.000 entreprises dans 13 Etats-membres (Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Luxembourg,

Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Suède) ont participé à l'enquête.

<sup>3</sup> Le Système européen de comptes économiques intégrés est la version communautaire du système révisé de comptabilité nationale des Nations unies.

<sup>4</sup> Dans la version luxembourgeoise, la production imputée de services bancaires reçoit une affectation majoritairement finale (exportation) de sorte que le PIB, version nationale, se trouve être supérieur au PIB, version SEC, à hauteur précisément des services bancaires imputés exportés.

## 2) Les principaux résultats de l'Etude économique européenne 1998

La situation économique des principaux marchés d'exportation est en train de s'améliorer. A l'instar de l'évolution dans les pays voisins, le moteur principal de la croissance est le commerce extérieur.

Ce sont les exportations de services, avec des taux de croissance dépassant les 5%, qui assurent le dynamisme à l'économie. Les exportations des services autres que bancaires devraient progresser à un taux supérieur que les exportations du secteur bancaire. En effet, pour les années 1997 et 1998, un tassement des activités de la place bancaire dans le contexte du passage à l'Euro est à prévoir.

Le commerce intérieur devrait profiter à court terme d'une accélération de la consommation privée estimée à près de 3% pour 1997. Selon les estimations de juin 1997 du Statec, celle-ci augmenterait seulement de 1,6% en 1998 et se situera donc largement en deçà de la croissance du PIB.

Les réponses à l'enquête conjoncturelle Eurochambres d'automne 1997 reflètent les bonnes performances de croissance de l'économie luxembourgeoise et sont considérablement plus favorables que les années précédentes. Tous les indicateurs de l'enquête concernant l'environnement économique général se sont améliorés depuis l'année passée et les prévisions pour 1998 sont plus optimistes qu'aux enquêtes précédentes. La part des dirigeants d'entreprise qui attendent un statu quo ou une baisse de leurs activités a considérablement diminué en faveur de la part des chefs d'entreprise escomptant une amélioration de leurs affaires.

Bien que l'emploi intérieur soit toujours en progression, le taux de chômage a augmenté constamment pendant les dernières années. Toujours est-il que les réponses concernant la création d'emplois dans les entreprises sont devenues plus positives par rapport aux enquêtes précédentes. La majorité des chefs d'entreprise questionnés pensent que la taille de leur personnel sera stable en 1998, alors que la part des entrepreneurs prévoyant une baisse des effectifs a diminué.

Ceci confirmerait les projections statistiques récentes qui tablent sur une croissance continue de l'emploi salarié d'environ 2,2% pour 1998. Il est néanmoins probable que ces nouveaux emplois seront principalement occupés par des travailleurs frontaliers. Par conséquent, le taux de chômage ne devrait pas baisser.

Les attentes concernant les investissements futurs demeurent optimistes. Jusqu'ici, la propension à investir était toujours élevée dans le secteur des services et modérée dans le secteur industriel. L'Etude économique 1998 indique qu'une large proportion de chefs d'entreprise du secteur industriel a l'intention de réaliser des investissements additionnels. Beau-

coup d'entrepreneurs ont répondu qu'ils ont déjà augmenté l'investissement pendant l'année 1997.

En ce qui concerne le climat des affaires, les résultats de l'enquête conjoncturelle se sont améliorés dans tous les secteurs depuis l'année passée. Un tiers de tous les chefs d'entreprise interrogés considèrent que l'environnement était favorable aux affaires en 1997 et ils sont aussi confiants pour l'année 1998. Seulement 14,5% des entrepreneurs ayant participé à l'enquête pensent que leur situation va se détériorer pendant l'année prochaine, alors que ce taux avait atteint encore 25% lors de la dernière enquête.

Fin 1996, les chefs d'entreprise faisaient une évaluation très prudente de l'environnement économique et leurs prévisions étaient assez pessimistes. Les résultats de l'enquête Eurochambres 1998 permettent de conclure que les affaires ont évolué en 1997 plus favorablement que prévu il y a un an et que les projections pessimistes ne se sont pas confirmées. Cela vaut particulièrement pour les entreprises industrielles ou manufacturières dont les prévisions se sont considérablement améliorées par rapport à la dernière enquête.

## 3) Les différents indicateurs économiques

### Chiffre d'affaires total

En octobre 1996, 28,4% des entrepreneurs interrogés avaient prévu un accroissement de leur chiffre d'affaires global pour 1997. Dans l'Etude économique européenne 1998, 39,8% des dirigeants considèrent que leur chiffre d'affaires a augmenté en 1997, ce qui montre que les prévisions de l'année passée étaient sous-estimées par rapport aux résultats effectifs. Les prévisions pour 1998 indiquent que 34,7% des chefs d'entreprises tablent sur une augmentation de leur chiffre d'affaires pour 1998, ce qui souligne l'optimisme ambiant de la présente enquête. La moitié des dirigeants prévoit un chiffre d'affaires constant pour 1998.

32% des entrepreneurs interrogés du secteur industriel estiment que leur chiffre d'affaires global a augmenté en 1997, alors qu'il y a un an, ce taux n'avait atteint que 22%. 26,6% pensent que leur chiffre d'affaires total va croître aussi en 1998.

Les indicateurs de l'enquête qui concernent le chiffre d'affaires global des entreprises de services sont aussi plus favorables que dans la dernière enquête Eurochambres.

### Chiffre d'affaires national

37,3% de l'ensemble des entrepreneurs questionnés sont d'avis que leur chiffre d'affaires national a augmenté en 1997.

Les entreprises manufacturières sont devenues plus optimistes en 1997 comparé à 1996 (balance des réponses positives sur les réponses négatives: 2,2% en octobre 1997 contre -13,8% en octobre 1996).

En ce qui concerne les entreprises de services, la balance précitée est de 21,6% dans la présente enquête contre 12,3% dans l'enquête précédente.

Selon les instituts de prévision, la consommation privée ne devrait augmenter que modérément en 1998. D'après l'enquête conjoncturelle, les dirigeants d'entreprise tablent sur une amélioration de leur chiffre d'affaires national dans le futur. Les prévisions pour 1998 du chiffre d'affaires national ont connu l'évolution suivante: La balance des réponses positives sur les réponses négatives est de 24,6% dans le secteur des services et de 8,8% pour les entreprises industrielles ou manufacturières. Ces mêmes indicateurs se sont élevés à respectivement 13,2% et -5,5% dans l'enquête Eurochambres précédente.

#### Chiffre d'affaires à l'exportation

L'amélioration de l'environnement conjoncturel actuel est confirmée par les réponses concernant les revenus engendrés en 1997 par les exportations. La valeur de référence concernant la balance a augmenté de 0,9% à 17,2% depuis la dernière enquête.

Même 42,5% de tous les dirigeants interrogés considèrent que leur chiffre d'affaires à l'exportation a augmenté entre 1996 et 1997. Les différences entre les réponses données par des entreprises de services et des entreprises industrielles sont minimes.

Les perspectives pour 1998 sont meilleures qu'il y a un an dans les deux secteurs. Ceci confirme que la croissance de l'économie luxembourgeoise est actuellement soutenue par les bonnes performances des exportations.

#### Emploi

Le marché de travail luxembourgeois est très spécifique: l'offre nationale d'emploi est opposée à une demande d'emploi internationale en provenance notamment des trois pays voisins. Plus d'un quart de l'emploi intérieur est occupé par des travailleurs frontaliers. D'après les statistiques récentes, l'économie luxembourgeoise devrait continuer à créer de nouveaux emplois, alors que les résultats de l'enquête ne confirment qu'en partie cette évolution.

La moitié de l'ensemble des dirigeants interrogés indiquent que, par rapport à 1996, le nombre de leurs travailleurs n'a pas augmenté en 1997. La majorité d'eux (71,8%) estiment que les chiffres concernant leurs effectifs ne vont pas varier en 1998.

20,2% des entreprises en provenance du secteur industriel ou manufacturier sont d'avis que leur personnel a été renforcé au cours de l'année 1997, alors que 23,4% pensent plutôt que leurs effectifs ont diminué. Seulement 14% de ces entreprises estiment qu'elles vont embaucher en 1998.

Presque un tiers des entreprises de services questionnées ont augmenté leur effectif en 1997 par rapport à 1996.

Un signe positif pour le marché de l'emploi semble être le fait que seulement 9,9% de tous les dirigeants

interrogés croient devoir réduire le nombre de leurs travailleurs, alors que ce taux était encore de 15,3% dans l'enquête précédente.

#### Investissements

38% de l'ensemble des chefs d'entreprise ayant participé à l'enquête ont répondu qu'ils ont augmenté le niveau de leurs investissements en 1997 comparé à 1996, contre 16,5% qui auraient diminué ce niveau. Les résultats concernant cet indicateur sont plus favorables que dans les enquêtes Eurochambres précédentes.

En ce qui concerne les entreprises manufacturières, la balance des réponses positives sur les réponses négatives a augmenté de -0,1% l'année dernière à 13,9% cette année-ci. Ladite balance reste à un niveau élevé dans les services marchands et oscille autour de 25%.

Aussi en ce qui concerne les prévisions pour 1998, les entreprises qui tablent sur une croissance des investissements sont plus nombreuses parmi le secteur des services marchands (balance: 23,3%) que parmi le secteur manufacturier (balance: 11,5%). Tout comme dans les enquêtes précédentes, la part des entreprises anticipant un niveau d'investissement inchangé pour 1998 reste élevée: 52,5% pour les services marchands, 59,3% pour les entreprises manufacturières.

#### Climat des affaires

L'analyse des résultats de l'enquête afférente à l'Etude économique européenne 1998 mène à la conclusion que les dirigeants d'entreprise luxembourgeois sont beaucoup plus confiants en ce qui concerne l'environnement général de leur établissement. Presque 34% des entrepreneurs questionnés pensent que le climat des affaires était plus favorable en 1997 qu'en 1996. Ce sont notamment les entreprises industrielles ou manufacturières qui sont beaucoup plus optimistes que l'année d'avant.

La majorité de tous les entrepreneurs considère que le climat des affaires est resté constant en 1997 par rapport à 1996.

Les prévisions concernant l'évolution du climat économique pour 1998 sont favorables dans les deux secteurs. Pour 1998, la balance pesant les réponses positives par rapport aux réponses négatives est de 17,6% pour les services marchands (il y a un an: -0,5%) et de 18,7% pour les entreprises industrielles ou manufacturières (il y a un an: -4,6%).

Comparées aux enquêtes précédentes, les prévisions relatives au climat économique futur dans le secteur industriel sont devenues assez optimistes, alors que l'économie luxembourgeoise continue à être portée par les services.

En comparaison avec les autres pays participants, les réponses fournies par les entrepreneurs luxem-

bourgeois reflètent traditionnellement une certaine prudence. Cette approche plutôt réservée peut être expliquée par l'exposition à des chocs extérieurs de nombreuses entreprises luxembourgeoises. En général, l'économie luxembourgeoise est très vulnérable à cause de son degré d'ouverture élevé.

Fin 1996, les chefs d'entreprise faisaient une évaluation très prudente de l'environnement économique qui s'inscrivait dans un contexte conjoncturel hésitant dû notamment à la pause cyclique connue à l'époque. Les résultats de l'Etude économique européenne 1998 permettent de conclure que les affaires ont évolué en 1997 plus favorablement que prévu il y a un an et que les projections plutôt réservées ne se sont pas confirmées dans les faits, surtout à cause du regain en intensité de la croissance. Cela vaut particulièrement pour les entreprises industrielles ou manufacturières dont les prévisions se sont considérablement améliorées par rapport à la dernière enquête, dû notamment à un regain d'activité dans plusieurs secteurs de l'économie luxembourgeoise.

Finalement, on peut relever l'optimisme ambiant reflété par les résultats de l'Etude économique européenne 1998 dans tous les pays participants. Pour la première fois depuis sa publication, les réponses de l'enquête concernant les prévisions en matière de création d'emplois se sont considérablement améliorées.

<sup>5</sup> Les 7 catégories de secteurs d'activité (Nace-Rev) sont les suivantes:

- Fabrication de produits métalliques, de machines et de matériel de transport
- Autres industries manufacturières
- Construction
- Ventes en gros et détail, réparations, hôtels et restaurants
- Transports, entreposage et communications

### Methodologie

L'échantillon qui est à la base de l'enquête menée au Luxembourg par la Chambre de Commerce provient d'une liste exhaustive établie par le Statec et reprenant 2268 entreprises qui occupent plus de 10 employés. De cette liste, 905 entreprises représentatives de tous les secteurs de l'économie luxembourgeoise, à l'exception de l'agriculture, de la santé et des administrations publiques, ont été sélectionnées d'une façon aléatoire. Comme le Grand-Duché est un pays d'un espace réduit, la Chambre de Commerce estime qu'une enquête régionale à l'instar de celles effectuées dans d'autres pays européens n'aurait pas été appropriée.

Au Luxembourg, les petites entreprises sont majoritaires. Afin de maintenir la représentativité de l'échantillon initial, les résultats ont été pondérés par un coefficient tenant compte des secteurs d'activité, répartis en sept catégories de la nouvelle nomenclature européenne<sup>5</sup>, et du nombre de salariés des entreprises réparties en six catégories de taille<sup>6</sup> (apprentis et stagiaires exclus). Ainsi, les analyses précédentes sont à considérer non seulement pour les entreprises qui ont participé à l'enquête, mais pour l'ensemble des entreprises luxembourgeoises répondant aux critères de l'enquête.

- Médiation financière et activités auxiliaires, autres activités de services

<sup>6</sup> Les 6 catégories de taille d'entreprise sont les suivantes:

- 10 à 49 salariés
- 55 à 99 salariés
- 100 à 249 salariés
- 250 à 499 salariés
- 500 à 999 salariés
- 1.000 salariés et plus

## Prix à la consommation au 1<sup>er</sup> décembre '98: Confirmation de la stabilité (-0.05%)

Le retour à la stabilité annoncé en novembre par la progression modérée des prix à la consommation se confirme au 1<sup>er</sup> décembre, l'indice des prix à la consommation, établi par le STATEC, marquant une évolution à la baisse de -0.05%.

L'indice retombe à 102.09 points au 1<sup>er</sup> décembre (base 100 en 1996). En moyenne annuelle, il se situe en 1997 au niveau de 101.37 points.

Le taux d'inflation sur 12 mois - qui était retombé de +1.71% en octobre +1.51% en novembre - passe à 1.47% au 1<sup>er</sup> décembre. Le taux d'inflation annuel se maintient en 1997 avec +1.4% au même niveau que l'année précédente.

L'indice raccordé à la base 1.1.1948 pour l'application de l'échelle mobile des salaires se chiffre

à 584.75 points. La moyenne semestrielle atteint 583.12 points au 1.12.1997.

### Principales caractéristiques

#### a) Taux de variation des indices de groupe

	déc. 97/ déc. 96	déc. 97/ nov. 97
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	+2.53%	-0.11%
Boissons alcoolisées et tabac	+0.98%	-0.13%
Articles d'habillement et chaussures	+1.44%	-0.01%
Logement, eau, électricité et combustibles	+1.84%	+0.13%
Ameublement, équipement de ménage et entretien	+1.07%	-0.01%
Santé	+0.01%	-0.01%
Transport	+0.19%	-0.24%
Communications	+3.40%	-0.22%
Loisirs, spectacles et culture	+1.16%	-
Enseignement	+4.54%	-
Hôtels, cafés, restaurants	+2.60%	+0.05%
Biens et services divers	+1.11%	-0.11%

**b) Principales incidences sur l'indice général par article (exprimées en points indiciaires – base 100 en 1996 – par rapport au mois précédent):**

en hausse		en baisse	
Loyer appartement (pondération 37, 8‰)	+0.01 p.	Essence (pondération 27.8‰)	-0.03 p.
Plantes, fleurs, etc. (pondération 9.4‰)	+0.01 p.	Jambon (pondération 6.5‰)	-0.02 p.
Pommes de terre (pondération 2.4‰)	+0.01 p.		

**c) Quelques précisions**

L'évolution de l'indice général au 1<sup>er</sup> décembre 1997 (-0.05 point) résulte de légères incidences à la baisse des divisions «Transport» (-0.04 point), «Produits alimentaires et boissons non alcoolisées» (-0.02 point) et «Biens et services divers» (-0.01 point), qui ont pour une faible partie été compensées par l'impact à la hausse de la division «Logement, eau, électricité et combustibles» (+0.02 point). L'apport de toutes les autres divisions à l'évolution de l'indice a été soit nul, soit inférieur à 0.01 point.

La situation au 1<sup>er</sup> décembre se caractérise par le nombre réduit de prix en évolution et l'absence de variations accentuées. Aussi les mouvements de prix

les plus prononcés (à la hausse comme à la baisse) ont-ils été constatés pour des biens et services moins significatifs quant à leur pondération, comme le miel (-6.3%), la farine (-5.3%), les frites préparées (-4.8%), le lait demi-écrémé (-4.3%), les pommes de terre (+4.0%) et les glaces alimentaires (+3.0%). Par ailleurs, ces mouvements sont pour une large part dus à des actions promotionnelles ou des retours de prix réduits au niveau normal.

Comme les deux mois précédents, les produits pétroliers ont constitué au 1<sup>er</sup> décembre un facteur de stabilité, leurs prix reculant en moyenne de -0.44% par rapport au mois précédent, alors que ceux de l'ensemble des autres biens et services ont marqué une baisse insignifiante de -0.02%.

## **Nette reprise de la production industrielle (+5.2%) au cours des neufs premiers mois de 1997**

Le Statec vient de publier les résultats des trois premiers trimestres 1997 des enquêtes de l'activité dans l'industrie et la construction.

Les résultats généraux observés confirment la reprise conjoncturelle qui s'était manifestée au cours du second semestre 1996. L'analyse du profil conjoncturel fait apparaître une hausse de la production industrielle corrigée des variations saisonnières de l'ordre de 4.8% au troisième trimestre 1997 par rapport au trimestre précédent.

En termes de variations interannuelles, la production brute du secteur industriel a augmenté de 5.2% en volume au cours des trois premiers trimestres 1997 par rapport à la même période de 1996. Le taux d'accroissement de l'ensemble de l'industrie hors la sidérurgie est resté légèrement inférieur (5.0%). Dans la sidérurgie, l'activité a connu une augmentation de 6.4%.

Parmi les branches ayant fortement pu accroître leur production figurent notamment le travail du bois (+67.3%, dû à l'impact d'une «industrie nouvelle» en développement), la fabrication de matériel de transport et autres industries manufacturières (+33.1%), l'industrie textile (+21.1%), la production de métaux non ferreux et fonderie (+20.8%), la

transformation de matières plastiques (+15.2%) ainsi que le travail des métaux (+15.2%).

Dans plusieurs autres branches, on note cependant des baisses significatives de la production, comme p. ex. dans la fabrication de machines et d'équipements (-7.6%) – qui doit faire face à une mauvaise conjoncture spécifique à la branche – ou encore l'industrie chimique, dans laquelle la diminution de l'activité de -4.2% est surtout due à des changements structurels.

Sous l'effet de la reprise conjoncturelle, le coût salarial par unité produite (CSU), indicateur de compétitivité des unités productrices, a pu être diminué de -4.4% dans l'ensemble de l'industrie pendant les trois premiers trimestres de l'année en cours par rapport à la même période de 1996. L'envergure de cette baisse s'explique surtout par un fort recul dans la sidérurgie, se chiffrant à -11.6% (hausse de la production liée à une baisse des effectifs); dans l'ensemble des autres branches industrielles, le CSU a pu être comprimé de -2.4% en moyenne.

Dans le secteur de la construction, la production par jour ouvrable (mesurée par le volume d'heures-ouvriers effectivement prestées par les entreprises résidentes du bâtiment et du génie civil) a diminué de -1.1% au cours des neufs premiers mois de 1997. Cette baisse générale s'explique par la faible activité au troisième trimestre 1997 qui a été inférieure de -4.3% à celle du même trimestre de 1996. La baisse de l'activité dans le sous-secteur du bâtiment peut être chiffrée à -4.8%, tandis que dans le génie civil, une hausse de l'activité de l'ordre de +2.7% a pu être notée.

## Mesures d'assistance financière aux PME créatrices d'emplois

La Commission européenne a présenté au Conseil des Ministres des propositions visant à améliorer l'accès aux moyens de financement pour les petites et moyennes entreprises (PME) créatrices d'emplois. Cette initiative en faveur de la croissance et de l'emploi se compose de trois dispositifs complémentaires visant à stimuler la création d'emplois: un guichet de capital-risque, destiné aux PME en phase de démarrage, un système de contributions financières pour soutenir la création d'entreprises conjointes transnationales entre PME de différents Etats membres et un système de garanties afin d'accroître le volume des prêts accessibles aux PME de petite taille ou de création récente. Le Conseil européen extraordinaire sur l'emploi qui s'est tenu le 21 novembre 1997, a apporté un soutien politique à ces propositions, suite à une initiative du Parlement européen visant à dégager les ressources nécessaires sur le budget communautaire. Au total, ce sont 420 millions d'Ecus qui seraient alloués à ces mécanismes sur la période 1998-2000. Compte tenu du ferme soutien politique apporté par le Conseil européen et le Parlement européen, la Commission compte sur une adoption prochaine de cette proposition de décision du Conseil.

La proposition de la Commission est présentée sur l'initiative de M. Yves-Thibault de SILGUY, membre de la Commission chargé des affaires économiques, monétaires et financières, de M. Christos PAPOUTSIS, membre de la Commission responsable des PME ainsi que de Mme Edith CRESSON, membre de la Commission responsable de la recherche et de l'innovation. L'objectif est de libérer le potentiel de création d'emplois des petites entreprises à forte croissance, en particulier les PME qui exploitent les progrès technologiques.

Compte tenu des spécificités des marchés financiers des Etats membres, il est proposé de procéder à une répartition souple des fonds entre ces trois mécanismes:

- Guichet «aide au démarrage» du Mécanisme Européen pour les Technologies (MET): mécanisme de capital-risque géré par le Fonds Européen d'Investissement (FEI), qui investira dans certains fonds de capital-risque spécialisés. Ce dispositif renforcera le MET actuel en étant ciblé sur un segment du marché du capital-risque aux entreprises, notamment les PME en voie de constitution ou en phase de démarrage, pour lesquelles les risques d'investissement sont les plus élevés.

Il pourra également investir ses ressources dans des fonds de capital-risque à rayon d'action régional ou des fonds ciblés sur des secteurs spécifiques, comme les technologies de l'information et de la communication, les soins de santé, la biotechnologie et la protection de l'environnement ou des fonds de capitaux à risques liés à des centres de recherche et à des parcs scientifiques. Un montant indicatif de 150 à 190 millions d'Ecus devrait être alloué à ce dispositif sur la période 1998-2000 (dont 50 millions d'Ecus en 1998).

- Entreprises conjointes transnationales (JEV - Joint European Venture): octroi de contributions financières, en vue de soutenir la constitution d'entreprises conjointes transnationales entre PME à l'intérieur de l'UE. L'affectation des fonds sera assurée indirectement par des banques ou autres intermédiaires financiers dans les Etats membres sous la responsabilité générale des services de la Commission. Le programme prévoit des contributions d'un montant maximal de 100.000 Ecus par projet. Une première tranche, dont le montant est plafonné à 50.000 Ecus, couvrira 50 % des dépenses admissibles, notamment celles consacrées aux études de marché, à l'élaboration de plans d'entreprise, aux études d'impact sur l'environnement et à la préparation des documents juridiques. Une seconde tranche couvrira jusqu'à 10 % de la formation de capital fixe. Ce mécanisme se fondera sur l'initiative pilote adoptée par la Commission le 5 novembre 1997 (IP/97/958). Un montant indicatif de 80 à 100 millions d'Ecus serait affecté à ce mécanisme sur la période 1998-2000 (dont 20 millions d'Ecus pour 1998).
- Mécanisme de garantie PME: géré par le FEI, ce mécanisme est destiné à accroître le volume des prêts accessibles aux entreprises de petite taille ou de création récente, moyennant un partage des risques avec des systèmes nationaux de garantie, des systèmes de garanties mutuelles ou d'autres institutions appropriées, comme la Banque européenne d'investissement (BEI). La dotation budgétaire doit couvrir intégralement le coût du système. Le montant des garanties sera arrêté contractuellement et pourrait être de l'ordre de 5 à 10 % de la valeur nominale d'origine du portefeuille sous-jacent. Un montant indicatif de 150 à 190 millions d'Ecus est proposé pour ce dispositif pour la période 1998-2000 (dont 50 millions d'écus pour 1998).

Les montants indicatifs pourraient varier en fonction du degré d'absorption des crédits par les différents mécanismes et à la lumière de leur efficacité et de leur impact en termes de création d'emplois.

Aux fins des mécanismes décrits, la Commission propose de définir la PME comme une entreprise indépendante, employant moins de 250 personnes, dont soit le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 40 millions d'Ecus, soit le total du bilan annuel n'excède pas 27 millions d'Ecus. (C'est la définition qui figure dans l'annexe de la recommandation 96/280/CE de la

Commission.) Le mécanisme de garantie sera principalement consacré aux entreprises avec moins de 100 employés.

Le programme proposé est entièrement compatible avec les autres actions communautaires et les interventions de la BEI et du FEI. Les trois mécanismes envisagés complètent les propres opérations de capital-risque du FEI et les systèmes de partage des risques mis en place par la BEI à la suite du sommet d'Amsterdam de juin 1997. Parce qu'il vise un segment de marché plus exposé, le guichet de capital-risque permettra d'atteindre des PME que ni la BEI, ni le FEI ne peuvent facilement soutenir, en raison des critères de risques plus rigoureux qu'ils sont statutairement tenus d'appliquer. De la même façon, le mécanisme de garantie, en s'adressant à des entreprises qui représentent un risque relativement élevé, vient compléter les actions de la BEI et du FEI en faveur des PME. Quant au mécanisme de soutien à la création d'entreprises conjointes transnationales, il s'ajoute à d'autres dispositifs destinés à faciliter la recherche de partenaires par les PME au sein de l'UE.

Cette initiative constitue un élément important de la stratégie de l'UE pour l'emploi. Son adoption rapide devra donc représenter une priorité politique pour le Conseil (qui agira à l'unanimité). La Commission fera rapport au Conseil et au Parlement sur une base annuelle sur la mise en œuvre du programme et présentera une évaluation du fonctionnement des mécanismes dans un délai de quatre ans à compter de l'adoption de la décision du Conseil proposée.

Des informations supplémentaires peuvent être obtenues à Euro Info Centre-Luxembourg, Chambre de Commerce/FEDIL, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg, tél. 42 39 39-333, fax 43 83 26. Personne de contact: Mlle Sabrina SAGRAMOLA, e-mail: eic@cc.lu



## Les programmes Ibex, Inter- prise et Euro- partenariat

### Des initiatives communautaires pour encourager le partenariat entre entreprises en Europe

\* Les salons inversés **IBEX** (International Buyers' Exhibitions) ont été développés par la DG XXIII dans le cadre des actions communautaires élaborées au titre de sa politique en faveur des entreprises,

en réponse à une demande du Conseil de l'Union européenne (\* Résolution du Conseil du 22 novembre 1993 – JOCE 326/1 du 03.02.1993).

Un salon inversé **IBEX** organise des rencontres pré-enregistrées entre grandes entreprises et PME, à l'échelon international, en fonction des besoins précis et souvent confidentiels exprimés par les grandes entreprises et des capacités spécifiques des PME de pouvoir y répondre. Organisé dans un domaine stratégique particulier (p. ex. automobile, agro-alimentaire, textile, etc.) ciblé sur des besoins clairement identifiés ou pour une gamme précise d'entreprises, un salon **IBEX** est destiné d'une part, à soutenir les grandes entreprises dans leur recherche à l'échelon international de PME partenaires pour des besoins précis de coopération et d'autre part, à promouvoir les relations entre grandes entreprises et PME en offrant à ces dernières des opportunités de contacts directs avec de grandes entreprises intéressées par leurs produits et services ou leur savoir-faire.

La recherche par la grande entreprise de nouveaux partenaires parmi les PME de la gamme ou du domaine stratégique visés lors d'un **IBEX** peut avoir pour objet l'achat de composants simples ou complexes, l'achat de produits finis à commercialiser et à distribuer, à grande échelle, des transferts de technologie, des accords de distribution ... ou toute autre activité de partenariat commercial ou technologique, en Europe ou dans des pays tiers.

Par sa méthodologie propre, un salon **IBEX** permet d'optimiser la qualité et l'intérêt de la mise en relation des PME avec de grandes entreprises. Par sa forme, il permet à ses participants des économies en termes de temps et d'engagement financier, par rapport aux salons de sous-traitance traditionnels.

Le Programme **INTERPRISE** (Initiative pour encourager le partenariat entre Industries et/ou Services en Europe) a pour vocation de soutenir des initiatives locales, régionales ou nationales visant à stimuler la coopération des petites et moyennes entreprises en Europe. Dans ce contexte, le programme prévoit de soutenir les actions qui visent à mettre en contact direct des chefs d'entreprise pour faciliter leur démarche de coopération (diffusion d'un catalogue reprenant les profils de coopération souhaitée, organisation de journées de rencontre avec rendez-vous bilatéraux planifiés avant la manifestation). Ce programme est conçu sur le modèle du programme **EUROPARTENARIAT**.

\* Le programme **EUROPARTENARIAT** s'inscrit dans le cadre de la politique de la Commission européenne qui vise à stimuler la croissance économique dans les régions les moins favorisées, en permettant d'aider les petites et moyennes entreprises à bénéficier des avantages du grand mar-



ché unique par le biais de l'europanisation et de l'internationalisation de leurs activités. La Direction générale XVI (Politique régionale et Cohésion) et la Direction générale XXIII (Politique d'entreprise, commerce, tourisme et économie sociale) ont conçu et réalisé en commun ce programme afin de stimuler et d'encourager les entreprises de petite et de moyenne taille à développer des relations d'affaires à travers toute l'Union européenne et au-delà.

Dans le cadre de ces carrefours européens d'entreprises, près de 2.200 entreprises en provenance de 83 pays différents se réunissent afin de discuter sous-traitance, partenariat technique, transfert de technologie, recherche de distributeurs, cession ou acquisition de licences et brevets, distribution croisée, échanges de recherche et développement, coopération financière ... avec des entreprises du pays d'accueil.

Afin de faciliter et encourager les coopérations potentielles entre entreprises au niveau transnational, international et mondial, de développer l'esprit de compétitivité des entreprises luxembourgeoises et de promouvoir ainsi l'expansion de leurs activités au-delà du marché indigène, l'Euro Info Centre de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg offre aux PME nationales toute une gamme de services et d'actions de coopération très variées.

Dans cette perspective, l'Euro Info Centre présente aussi pour l'année 1998 un programme d'actions très riche afin de favoriser au maximum les rencontres et

les échanges internationaux entre hommes d'affaires, et ceci dans différentes régions en Europe.

## Calendrier des manifestations prévues en 1998

– **EUROPARTENARIAT PAYS-BAS** à Apeldoorn  
11/12 juin 1998

*Secteurs visés: multisectoriel*

– **EUROPARTENARIAT ESPAGNE** à Valencia  
octobre 1998

*Secteurs visés: multisectoriel*

– **INTERPRISE: EURO REGIO PARTNERS 1998** à s'Hertogenbosch, Pays-Bas  
(2ème édition) 4/5 novembre 1998

*Secteurs visés: la transformation des métaux, la robotique et les machinismes industriels, le software et les technologies de l'information)*

– **INTERPRISE: WOODINTERPRISE 1998** à Libramont, Belgique 25/26 novembre 1998

*Secteurs visés: le bois dans la construction*

– **IBEX: BUILD WOOD 1998** à Libramont, Belgique  
25/26 novembre 1998

*Secteurs visés: la transformation du bois sauf l'ameublement*

### LES PROGRAMMES IBEX, INTERPRISE & EUROPARTENARIAT EN 1998

Société: ..... Nom: .....

Fonction: ..... Adresse: .....

Code Postal: ..... Localité: .....

Téléphone: ..... Fax: .....

E-Mail: ..... homepage: .....

- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur l'EUROPARTENARIAT Pays-Bas à Apeldoorn du 11/12 juin 1998
- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur l'EUROPARTENARIAT Espagne à Valencia en octobre 1998
- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur le Projet Interprise EURO REGIO PARTNERS 1998 à s'Hertogenbosch aux Pays-Bas du 4 au 5 novembre 1998
- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur le Projet Interprise «WOODINTERPRISE 1998» à Libramont en Belgique du 25 au 26 novembre 1998
- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur le Projet IBEX «BUILD WOOD 1998» à Libramont en Belgique du 25 au 26 novembre 1998

#### Euro Info Centre-Luxembourg

Chambre de Commerce/FEDIL • 7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 Luxembourg • Tél. 42 39 39-333  
Fax 43 83 26 • **Personne de contact:** Mlle Sabrina SAGRAMOLA • E-mail: eic@cc.lu

## COOPME Interprise République Tchèque 1998

La manifestation COOPME Interprise République Tchèque aura lieu du 13 au 15 mai 1998 à Brno. Cette action a pour but de promouvoir les contacts entre entreprises de la République Tchèque, de la Slovaquie et de la Pologne et de l'Union européenne.

Le projet comprend les étapes suivantes:

1. Identification et sélection des entreprises recherchant des coopérations avec des partenaires étrangers
2. Préparation d'un catalogue représentant les différents profils
3. Recherche de partenaires
4. Journées de rencontre sous forme de négociations bilatérales entre entreprises participantes
5. Evaluation

Les entreprises intéressées à participer à cette manifestation sont priées de s'adresser à l'Euro Info Centre de Brno, tél. 0042/054/1 15 95-38, fax 0042/054/1 15 90-82.

## Bourse de Luxembourg Une année 1997 très positive


En 1997, la Bourse de Luxembourg a connu un développement très positif de ses activités. Les deux indices calculés par la Bourse sur la base d'un échantillon de treize actions luxembourgeoises ont évolué très positivement et affiché en fin d'année des valeurs en progression de 24,64% par rapport à fin 1996. Le volume des échanges a atteint 89,7 milliards de francs. Cette progression, observée surtout dans les emprunts en francs luxembourgeois et dans les actions luxembourgeoises, est liée à la modernisation du marché et au lancement du Système Automatisé de Marché SAM en janvier 1996, qui fonctionne suivant la formule du Marché à Fixing Multiple MFX.

La Bourse de Luxembourg a lancé le 8 décembre 1997 un deuxième segment de marché, le Marché Continu à la Demande ou MCD, prolongeant et complétant le système de marché SAM. Le MCD, marché essentiellement dirigé par les prix, fonctionne de manière continue pendant les horaires d'ouverture du système SAM. Les ordres présentés sur le MCD doivent porter sur une quantité minimale déterminée par les instances de la Bourse et peuvent recevoir, quand

**SAVE  
on international  
Phone & Fax Calls**

to more than 100 countries.

<i>Rates from Luxembourg to:</i>	
USA	\$ 0.36 / Minute
Japan	\$ 0.56
Brazil	\$ 0.88
South Africa	\$ 0.85
UK	\$ 0.32
Hong Kong	\$ 0.62
Philippines	\$ 0.90
Bermuda	\$ 0.69
B. Virgin Isl.	\$ 0.76
Cayman Isl.	\$ 0.82



**Ask about  
- FREE Calls!  
- Special  
Offer**

- No sign up fee.
- No minimum usage requirement
- No charge for incomplete calls
- Billing every 6 seconds
- Itemized call detail report
- Automatic dialer (optional, FREE)
- Choice of payment

**For more information please contact**

*Tele Communication Services*  
tcs@faxinfo.com

Phone/Fax: +(352) 42 49 80      www.faxinfo.com

**24 hour automatic fax delivery service**

Call +(352) 42 92 95 from the handset  
of your fax machine and ask for document number 827

il s'agit d'ordres à cours limité, la mention «tout ou rien», évitant ainsi une exécution partielle. Ces caractéristiques distinguent ce marché du marché MFX dont le principe de fonctionnement repose sur une formule de fixing dirigée par les ordres.

Pour mieux répondre aux besoins des émetteurs et des professionnels, la Bourse de Luxembourg a mis en place le 2 juin 1997 un Comité d'Admission composé de dirigeants de la Bourse. Le nombre de nouvelles admissions a sensiblement augmenté: Au 31 décembre 1997, 14.478 valeurs immobilières étaient admises à la cote officielle de la Bourse de Luxembourg contre 12.870 fin 1996. Ces valeurs se répartissaient en 9,575 obligations, 317 actions, 3.030 organismes de placement collectif et 1.557 warrants et autres instruments. La gamme des valeurs nouvellement admises en Bourse s'est élargie, avec en particulier l'apparition à la cote de certificats immobiliers, d'instruments connus sous l'appellation de «pass through securities, asset-backed securities», et d'emprunts obligataires dits «repackaged».

En 1997, la Bourse de Luxembourg a développé une activité intense de promotion de ses activités. A cette fin, elle a lancé en mars dernier la première édition de son Fact Book, document de synthèse sur son activité, et inauguré en avril un site Internet destiné en premier lieu à certains groupes de professionnels comme les émetteurs, chefs de file, bureaux d'avo-

cats et autres. La Bourse de Luxembourg a par ailleurs organisé le 20 octobre 1997 une présentation générale des ses activités à Londres, qui a rassemblé quelque 230 professionnels de la City dans le cadre prestigieux du Gibson Hall. La Bourse a également contribué à un séminaire organisé le 16 décembre 1997 à Moscou sur la cotation des euro-obligations et des «Global Depositary Receipts». En novembre dernier, la Bourse de Luxembourg est devenue membre de l'Organisation Internationale des Commissions de Valeurs (OICV ou IOSCO) et participera désormais à une série de réunions internationales de première importance au plan réglementaire.

Le 17 décembre 1997, les actionnaires de la société de la Bourse de Luxembourg ont approuvé dans leur assemblée générale extraordinaire le principe d'une augmentation de capital social, permettant ainsi une ouverture à de nouveaux actionnaires.

Au niveau du Benelux, les bourses d'Amsterdam, Bruxelles et Luxembourg ont décidé de renforcer leur collaboration dans le domaine du «cross membership» et des liens électroniques. L'objet essentiel étant de faciliter l'accès réciproque des membres des trois Bourses aux différents systèmes de marché.

La Bourse de Luxembourg a décidé de basculer vers l'euro dès le 4 janvier 1999. Déterminée à devenir la place de référence pour les valeurs émises en euro, la Bourse de Luxembourg a d'ores et déjà engagé une série de réflexions destinées à assurer une transition sans heurt vers la monnaie unique. Un «serveur multifonctions» mis en place au cours des derniers mois de 1997 permettra aux professionnels de la place de remplir avec plus d'efficacité les différentes obligations réglementaires qui leur incombent.

En 1998, la Bourse de Luxembourg entend poursuivre le développement de ses deux segments de marché, le MFX et le MCD. Un axe majeur de son activité portera aussi sur les préparatifs à l'introduction de la monnaie unique, sur le lancement d'une nouvelle gamme de produits d'information destinés aux sociétés spécialisées dans la vente d'informations financières ainsi qu'aux professionnels et aux investisseurs luxembourgeois et étrangers.

## Fret aérien

# Cargolux investit 106,5 mio. US\$ dans la modernisation de sa flotte

La Banque européenne d'investissement (BEI), l'institution financière de l'Union européenne, vient de signer un prêt de 106,5 millions de dollars US (3,9 milliards LUF) en vue de contribuer à la modernisation et au développement de la flotte d'avions-cargos de Cargolux. Ce prêt a été négocié dans le contexte de l'achat de deux Boeing 747/400F supplémentaires, actuellement le plus grand avion-cargo disponible sur le marché. Ces acquisitions permettront à Cargolux d'augmenter sa capacité de près de 30%.

Cette opération a été conclue avec un syndicat bancaire dirigé par la Landesbank Schleswig-Holstein Girozentrale et comprenant la Banque et Caisse d'Epargne de l'Etat, la Banque Internationale à Luxembourg, la Landesbank Rheinland-Pfalz Girozentrale, la Landesbank Sachsen Girozentrale et la Südwestdeutsche Landesbank Girozentrale.

Les nouveaux 747/400F consomment 16% de carburant de moins que les précédents 747/200F, tout en permettant le transport de 129 tonnes de fret contre 119 pour le modèle précédent.

M. Pitt Treumann, directeur général à la BEI, a exprimé la satisfaction de l'institution financière de l'Union à pouvoir contribuer à cette extension des capacités de Cargolux, visant à fournir des services performants et concurrentiels et permettant la création d'une cinquantaine d'emplois nouveaux. Il s'est félicité par ailleurs de l'appui offert par Cargolux aux entreprises exportatrices européennes. Jean Donat Calmes, Senior Vice President Finance de Cargolux, a salué l'appui financier de la BEI.

Combien ça coûte un accident de travail

# VL

Tailors

Manufacturer by

subcontracting



# Vetilux

Le plus grand spécialiste en vêtements de travail et articles de sécurité

Tél.: 54 92 90

FAX: 53 18 84

à chacun sa profession. La nôtre: vosre sécurité

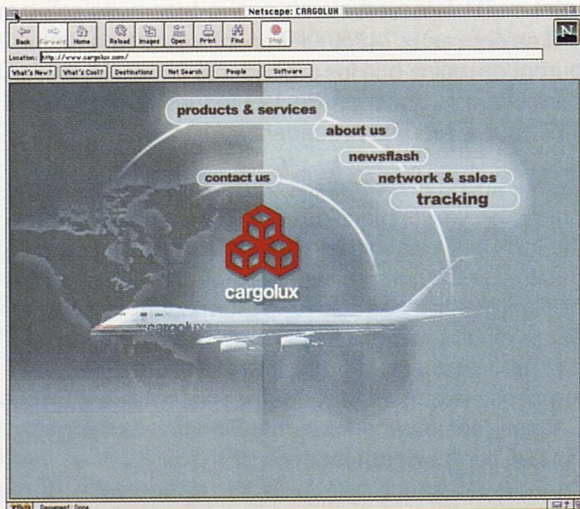
## Utilisation du Champ CargoSystems par Spanair

Spanair S.A. et Cargolux Airlines International S.A. ont annoncé début décembre la signature d'un contrat par lequel Spanair Cargo utilisera le système CHAMP CargoSystems™ afin de renforcer la qualité de son service cargo sur toutes ses destinations en Europe, aux Etats-Unis, en Amérique du Sud ainsi que sur tous les marchés mondiaux à venir.

Grâce au CHAMP CargoSystems™, les clients de Spanair Cargo bénéficieront d'une automatisation avancée dans le domaine des réservations, des services du terminal, de la circulation et la recherche des marchandises, le tout complété par les systèmes financiers, administratifs et de marketing. Les systèmes seront mis en application chez Spanair au cours du 1er trimestre 1998.

## Cargolux lance son site Internet

Cargolux vient de lancer officiellement son site Internet sous l'adresse <http://www.cargolux.com>. Dans une première phase, le site offrira uniquement des informations sur la société aérienne. Au courant de l'année 1998, le site deviendra interactif et les visiteurs pourront entre autres recevoir des informations actualisées sur tous les vols disponibles.



## NAMUR-Assurances du Crédit devient GERLING NAMUR

Depuis la mi-octobre 1997, NAMUR-Assurances du Crédit s.a. s'appelle GERLING NAMUR-Assurances du Crédit s.a. Fondée en Belgique en 1946, NAMUR s'est rapprochée en 1994 de l'assureur des entreprises allemand GERLING. Le groupe d'assurances-crédit GERLING ainsi constitué bénéficie en Europe d'une position unique au travers de ses 60 bureaux régionaux répartis dans 16 pays. Il est en effet

le seul à opérer en nom propre au départ de ces multiples implantations et à offrir aux entreprises européennes un vrai service de proximité.

Comme le souligne Guy Lammens, administrateur délégué de GERLING NAMUR, il est important que les sociétés du groupe GERLING Crédit soient identifiées de façon cohérente sur le marché. La nouvelle dénomination qui regroupe les noms GERLING et NAMUR témoigne de l'intégration réelle des activités des différentes entités qui composent le groupe, tant sur le plan commercial que sur celui de la gestion des risques. En outre, le nouveau nom indique la volonté forte de GERLING NAMUR de se tourner vers l'avenir tout en restant fidèle à l'héritage de la Compagnie, et en particulier à sa longue expérience sur le marché de la gestion du risque d'impayés.

Le groupe GERLING Crédit a réalisé en 1996 un encaissement de primes de plus de BEF 19 milliards, en progression de 9% par rapport à l'année précédente, confortant sa place de 3<sup>e</sup> assureur-crédit au plan mondial.

## Nouvelle police globale crédit commercial

Le Groupe GERLING Crédit vient d'annoncer le lancement de sa nouvelle police globale en matière de crédit commercial, baptisée Global Trade Credit Policy.

Ce nouveau produit propose une couverture globale du risque crédit à l'intention des groupes internationaux et de leurs filiales ou succursales partout dans le monde. En ce qui concerne les conditions générales, elles s'appliquent uniformément à tous les marchés. Toutefois, une flexibilité maximale est prévue, chaque police pouvant être adaptée au contexte commercial et au profil de risque propres au marché local.

La nouvelle police combine donc trois atouts majeurs: dimension internationale, crédibilité financière et approche locale. Bernd Meyer, président du groupe GERLING Crédit, a déclaré à propos de Global Trade Credit Policy: «Il s'agit d'un nouveau produit ouvrant d'intéressantes perspectives. Tirant parti de notre structure internationale en pleine expansion, nous sommes aujourd'hui en mesure de proposer ce que souhaitent les sociétés à vocation internationale: Une couverture assurance-crédit pour l'ensemble du groupe à des conditions optimales, articulées autour d'économies d'échelle et d'un service global. Le groupe GERLING Crédit se profile donc désormais comme un opérateur étant en mesure d'offrir une solution globale en termes de gestion du risque crédit».

Le nouveau produit sera disponible à partir de la fin octobre 1997. Pour Guy Lammens, il s'agit d'une nouvelle étape importante dans le processus de développement de l'offre du Groupe GERLING Crédit: «Pouvoir allier la sécurité financière et le savoir-faire d'une compagnie d'assurance internationale à un produit taillé sur mesure pour le marché local par l'intermédiaire de bureaux et d'experts régionaux, est essentiel à nos yeux».

**Idecom**

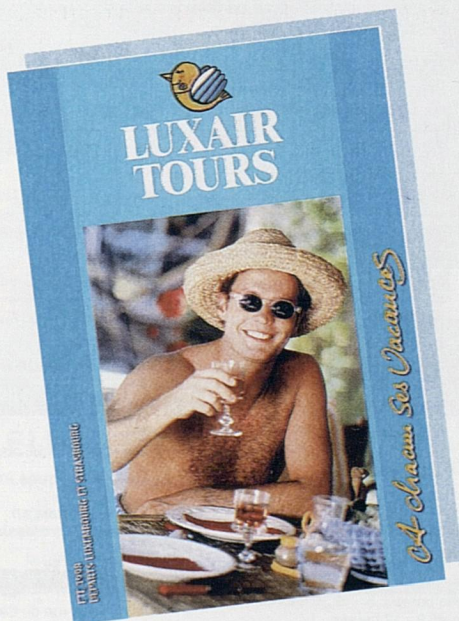
## Deco-Board: utile et esthétique

Dans le domaine de l'aménagement de l'espace de travail, régulièrement de nouveaux produits sont développés. Avec l'invention «Deco-Board» (marque et brevet déposés) la toute jeune société luxembourgeoise Idecom innove par un concept original. Le «Deco-Board» est constitué de 2 panneaux superposés, dont le premier fait figure d'objet de décoration. En ouvrant ce premier panneau, le «Deco-Board» se transforme en espace de communication et d'information grâce à une double surface blanche magnétique, à laquelle peut également être intégré un bloc-papier.

En position fermé le «Deco-Board» permet de conserver des informations confidentielles à l'abri de regards indiscrets. Cette invention utile et agréable est diffusée au Luxembourg par Idecom s.à r.l. 111, route d'Arlon, L-8009 Strassen, tél. 31 45 05, fax 31 04 58.

## Luxair Tours Résultats de l'année 1997

En approchant les 150.000 clients durant l'année commerciale 1997, Luxair Tours vient de réaliser une progression par rapport à l'année précédente de presque 10% en volume. L'année touristique 1996/97, représente un chiffre d'affaires brut de Luf 3,6 milliards. L'Espagne reste la destination la mieux vendue du T.O. luxembourgeois, suivi de la Grèce, tandis que l'Italie, le Portugal et la Tunisie se partagent le 3<sup>e</sup> rang.



Alors que la croissance de Luxair Tours sur ses marchés internationaux fut moyenne, le marché luxembourgeois a pris la part du lion dans cette évolution positive. Metropolis, le produit des plus belles villes d'Europe, a de son côté passé le cap des 10.000 clients et se voit donc en progression constante. Fort de ces résultats, Luxair Tours s'est fixé comme objectif de dépasser le cap des 150.000 clients dans l'année touristique '97/'98 et de frôler ainsi un chiffre d'affaires de 4 milliards.

### Nouvelle brochure Luxair Tours Eté 1998

Le nouveau catalogue «A chacun ses vacances» de Luxair donne le coup d'envoi pour la saison été 1998. Le programme propose un large éventail d'offres spéciales et de nombreux avantages pour les familles. Parmi les nouveautés on retrouve les destinations Cappadoce et Anatolie en Turquie, pays réputé pour ses nombreux vestiges historiques et son excellent rapport qualité/prix. Autre nouveauté dans la gamme Luxair: l'île Porto Santo (via l'aéroport de Madère) avec ses plages tranquilles loin des sentiers touristiques habituels.

## Législation sur les marchés publics

Le nouveau recueil de la législation sur les Marchés publics, à jour au 24 novembre 1997, édité par le Service Central de Législation, est en vente dans les librairies au prix de 300 Luf (t.t.c.).

### Certification

## ISO 9002 et EN 46002 pour Meditec

Le système qualité de l'entreprise Meditec vient d'être certifié par les normes ISO 9002 et EN 46002. Créé en 1973 par son propriétaire actuel, Jürgen Heckmanns, Meditec est resté une entreprise familiale à taille humaine. Installée aux portes de la ville de Luxembourg, à Itzig, 10 rue du Commerce, l'entreprise, répartie dans trois bâtiments, s'est parfaitement intégrée dans un environnement résidentiel accueillant. A la fin de l'année 1997, l'entreprise employait 37 personnes, parmi elles 10 délégués commerciaux, 6 techniciens, 11 administratifs et 4 magasiniers. L'activité de Meditec, qui se concentre essentiellement sur le marché luxembourgeois, englobe la planification, l'aménagement et l'équipement de cabinet médicaux, laboratoires, hopitaux et cliniques ainsi que l'entretien du matériel de santé.

## Optique Moitzheim

### Les premières lunettes vidéo caméra au Luxembourg



Les passionnés de high-tech et de l'insolite pourront se procurer dès le mois d'avril les premières lunettes équipées d'une caméra vidéo (LVC) chez Optique Moitzheim. Le créateur de ces lunettes, le Français Alain Mikli, donne ainsi une dimension nouvelle aux lunettes et offre de nouvelles opportunités aux réalisateurs en herbe et aux journalistes TV. En effet, le porteur de ces nouvelles lunettes peut filmer son entourage sans devoir manier un caméscope encombrant. Comme les LVC ne pèsent que 74 grammes, elles pourraient également trouver d'intéressantes applications dans le domaine sportif.

Les LVC sont équipées de caméras à haute définition qui sont liées à un émetteur qui se porte en bandoulière et qui émet les images par ondes haute-fréquence à un récepteur. D'une portée de 40 mètres, les lunettes offrent une vision de près ou de loin à l'aide d'un objectif réglable de 3 mn à 7, 5 mn correspondant à la vision normale ou grand angle de l'oeil humain. Pour des raisons d'éthique Alain Mikli a choisi d'équiper les LVC de caméras, qui en dépit de leur poids léger et de leur petite taille, restent visibles à l'oeil. La nouvelle gamme Alain Mikli est exposée chez Optique Moitzheim 8, rue Philippe II à Luxembourg.

## Gestion informatique

### Accord entre SAP Luxembourg et OMNIS

SAP (Systems Applications and Products in Data Processing) et OMNIS ont annoncé leur collaboration dans le marché des petites et moyennes entreprises. Face à une concurrence nationale et internationale accrue, les PME doivent affronter des processus de travail, qui sont souvent aussi complexes que dans les entreprises de plus grande taille. Ceci exige des systèmes informatiques de gestion de plus en plus performants, qui doivent intégrer plusieurs applications (finances, achats, ventes, production ...) et répondre aux exigences de l'an 2000 et de l'euro.

A l'heure actuelle, la plupart des PME utilisent des systèmes de gestion hétérogènes, souvent non intégrés. Lorsque ces entreprises veulent adapter leurs systèmes d'information ou tirer profit des dernières technologies, ceci nécessite fréquemment des changements importants et coûteux.

Avec la solution SAP R/3, OMNIS et CIMAD installé dans la PME une solution globale adaptée au client et supportant les différentes plate-formes client-serveur (NT, AS/400 et UNIX).

## Gestion informatique

### Sybase ouvre une filiale au Luxembourg

Sybase Belgium, appartenant au groupe américain Sybase In, spécialisé dans les solutions ouvertes et distribuées de traitement de données, ouvre une filiale au Luxembourg, au Val Saint-André.

La société, qui dispose d'un effectif de 60 personnes sur l'ensemble du Benelux et réalise 20% des son chiffre d'affaires au Grand-Duché, entend ainsi »répondre plus rapidement aux besoins des clients et partenaires luxembourgeois«.

Parmi les principaux clients de Sybase sur la Place: la BEI, la BGL, la Bourse de Luxembourg, la BIL, Cedel Bank ou encore la Communauté Européenne. Rolland Billast, qui était jusqu'à présent responsable de grands comptes auprès de Sybase Belgium, a été nommé responsable de la filiale luxembourgeoise. Il continuera toutefois à s'occuper du marché des télécommunications en Belgique.



# inlingua®

LE NUMERO 1  
DE LA FORMATION LANGUES  
EN EUROPE VOUS PROPOSE

#### NOUVEAU: SEMINAR SERVICE chez inlingua

2 journées de cours intensifs, pour améliorer vos compétences linguistiques inhérentes à votre métier. Une équipe de 2 à 3 formateurs inlingua, de langue maternelle, pour encadrer et motiver un petit groupe de 7 personnes au maximum. Utilisation en guise de soutien de l'audiovisuel et du multimédia pour parfaire les jeux de rôle et les situations professionnelles au quotidien.

<b>C</b>	<b>ENGLISH</b>	<b>English for Business</b>
	<b>Winning Business in English</b>	
<b>A</b>	Negotiating in English	13/14 oct. 1997 - 9/10 fév. 1998
	<b>DEUTSCH</b>	<b>Deutsch im Beruf</b>
<b>L</b>	<b>Geschäftskontakte</b>	
	Verhandeln in Deutsch	3/4 nov. 1997 - 12/13 févr. 1998
<b>E</b>	<b>FRANÇAIS</b>	<b>Scénarios professionnels</b>
	<b>Pouvez-vous français?</b>	
<b>N</b>	Orthographe à grammaire française	16/17 oct. 1997 - 2/3 mars 1998
	<b>NEDERLANDS</b>	<b>Bedrijfsnederlands</b>
<b>D</b>	<b>Le néerlandais dans le monde bancaire</b>	
	Une initiation	20/21 nov. 1997 - 23/24 avril 1998
<b>R</b>	<b>LËTZEBUERGESCH</b>	<b>Lëtzebuergesch op der Aarbecht</b>
	<b>Gudde Mëtteg! Lydie um Apparat ...</b>	
<b>I</b>	L'accueil au téléphone en Luxembourgeois	8/9 déc. 1997 - 5/6 mars 1998
	<b>Coût: 11.000 F (déjeuner et supports pédagogiques inclus)</b>	

Merci de nous appeler au  
00352 40 35 47 / 48 66 67  
Fax 00352 40 35 48

E-Mail: inlingualux@hermesnet  
Horaires bureau: 8 - 19.30 heures  
et samedi 8 - 12 heures

Les langues en  
version professionnelle



72, rue du Cimetièr  
L-1338 Luxembourg

# EURO INFO CENTRE LUXEMBOURG

CONSEIL  
ASSISTANCE  
INFORMATION



## LE PARTENAIRE DES PME

**EURO INFO CENTRE**

CHAMBRE DE COMMERCE



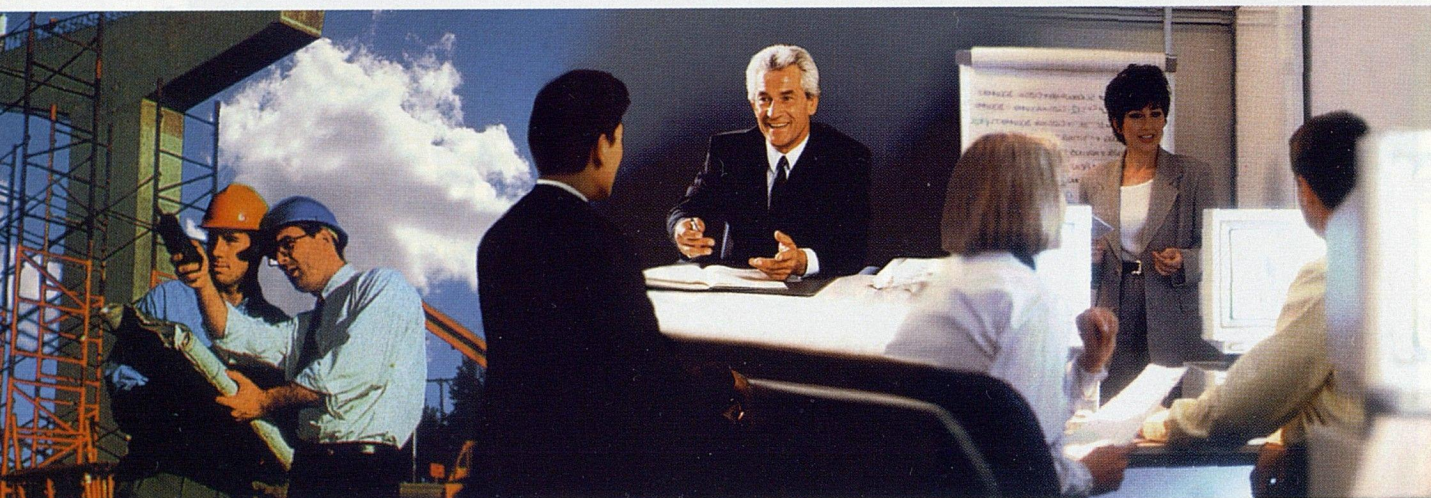
DU GRAND-DUCHE DU LUXEMBOURG



FEDIL

Tél. : 42 39 39-333 Fax. : 43 83 26

SIEGE :  
7, RUE ALCIDE DE GASPERI  
LUXEMBOURG  
ADRESSE POSTALE :  
CHAMBRE DE COMMERCE/EIC  
L-2981 LUXEMBOURG



## Savoir conseiller

Etre la banque de milliers d'entreprises de tous horizons et de tous métiers depuis de longues décennies a permis à la Banque Générale du Luxembourg d'offrir un conseil adapté aux exigences des marchés et des activités les plus spécifiques.

Première banque universelle du Grand-Duché, la Banque Générale du Luxembourg s'engage aux côtés des PME, les assiste et les guide dans la gestion de leurs ressources financières, dans l'accomplissement de leurs projets.

Partenaire actif de l'industrie, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales, la Banque Générale du Luxembourg privilégie une approche personnalisée de chaque métier, un encadrement attentif de chaque projet, pour bâtir ensemble un avenir prospère.



**BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG**

BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG S.A., 50, AVENUE J.F. KENNEDY,  
L-2951 LUXEMBOURG, TÉL.: (352) 42 42-1

<http://www.bgl.lu>