

Mercur

de letzebuenger

Mercur

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

2•99



Communicator
Demande d'un certificat BeISign CLASS 2 auprès de la C...



CHAMBRE DE COMMERCE
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Demande d'un certificat BeISign CLASS 2 auprès de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Avant de faire la demande, vous devez, télécharger d'abord les documents certifiés par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.
Rendez-vous sur le site Internet de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.
Il est possible de télécharger les documents de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg en cliquant sur le lien "Télécharger les documents" sur la page "Demande de certificat".
Plus? Contactez-nous.

File Edit View Go Bookmarks Communicator
Location: http://www.ec.lu/



• Commerce Electronique Sécurisé



Portrait Services News Events E-Commerce Index

- Commerce électronique: La sécurité par la Chambre de Commerce
- Le bail commercial

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'EPARGNE DE L'ETAT
LUXEMBOURG

E-Commerce: Der Weg der Zukunft

Alle Welt redet von E-Commerce, doch nur wenige wissen, was wirklich hinter dem vielzitierten Modewort steckt. E-Commerce, darüber sollten sich alle Unternehmen im klaren sein, ist auch, aber nicht nur eine neue Art des Versandhandels, bei der die Bestellung und eventuell auch die Bezahlung über das Internet erfolgen. Diese einfache Form des E-Commerce, die heute schon von fast allen großen Versandhäusern angeboten wird, ist nur die Spitze des Eisbergs. Denn auch wenn dem elektronischen Business-to-Consumer-Handel heute fast die gesamte Aufmerksamkeit innovativer Unternehmen gilt, so dürfen langfristig die Auswirkungen des Business-to-Business im Internet, also der elektronischen Geschäftsabschlüsse zwischen den Firmen, nicht unterschätzt werden. Denn diese eröffnen enorme Rationalisierungsmöglichkeiten, die Märkte zwar zusammenbringen, manche Zwischentappe aber überflüssig machen.

Jedes Unternehmen sollte sich also bereits heute Gedanken über E-Commerce machen. Zur Zeit steckt der elektronische Handel in Europa noch in den Kinderschuhen. Viele Unternehmen betrachten E-Commerce deshalb bestenfalls als eine interessante Zukunftsinvestition und wollen erst einmal abwarten, wie der Markt sich entwickelt. Mit dem Resultat, daß die wenigen einheimischen Firmen, die ihre Produkte bereits heute über das Internet zum Verkauf anbieten, sich noch auf einer Hand zählen lassen.

Auf den ersten Blick scheint es auch gute Gründe für die Wait-and-See-Haltung der Unternehmen zu geben. Zum einen gibt es in Luxemburg noch keinen klar definierten technischen und gesetzlichen Rahmen, mit dem sich Klarheit im Online-Geschäft schaffen ließe. Zum anderen werden das Wachstumspotential und die sich aus dem Internethandel ergebenden Wettbewerbsvorteile noch deutlich unterschätzt. Dabei gestaltet sich der Einstieg in den elektronischen Handel gar nicht einmal so schwer, wie es

sich viele Unternehmensführer gemeinhin vorstellen. Unternehmen, die bereits Erfahrungen mit eigenen Web-Seiten gesammelt haben, sollten ihren Service-Provider oder ihren Internetconsultant ruhig auf die Probe stellen und ihn über die Möglichkeiten des Online-Handels ausfragen.

Große Software-Häuser bieten heute nämlich schon fertige Programmpakete an, mit denen ein Unternehmen ohne großen Aufwand seine ersten Schritte im Online-Geschäft machen kann. Zwar mag es stimmen, daß es bei den verschiedenen Programmangeboten noch gravierende Qualitätsunterschiede gibt und fast alle Komplettlösungen sich auf Business-to-Consumer-Modelle beschränken, doch bieten diese einfachen Einstiegsmodelle eine ausgezeichnete Möglichkeit, um erste Erfahrungswerte zu sammeln und Hinweise auf das bestehende Geschäftspotential zu liefern.

Die meist unberechtigte Angst vor Manipulationen bei den elektronischen Geldtransaktionen steckt auch hierzulande noch tief in den Köpfen vieler Unternehmen und Kunden und bildet zweifellos die wichtigste Hürde auf dem Weg ins globale Online-Geschäft. Die Europäische Union hat den Handlungsbedarf erkannt und möchte mit zwei Richtlinienvorschlägen zur Sicherung des elektronischen Geld- und Informationsverkehrs die Wellen glätten und somit das Vertrauen der europäischen Konsumenten und Unternehmen in das zukunftsträchtige Handelsmodell stärken. Auch in Luxemburg wird an einem gesetzlichen Rahmen für E-Commerce gearbeitet. Die Regierung hat einen entsprechenden Gesetzesvorschlag angenommen und will die Voraussetzungen schaffen, damit der Gesetzestext noch in diesem Jahr vom Parlament verabschiedet werden kann. Die Handelskammer will jedenfalls ihren Teil dazu beitragen, den elektronischen Handel in Luxemburg zu unterstützen und übernimmt deshalb seit Anfang des Jahres die Rolle einer Zertifizierungsstelle, die Unternehmen und Privatpersonen auf Anfrage einen digitalen Ausweis ausstellt, mit dem elektronische Transaktionen weltweit risikofrei abgewickelt werden können. Wie das System genau funktioniert, wird unseren Lesern ausführlich ab Seite 4 erklärt.

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: 20.000 exemplaires

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

Impression: Imprimerie Saint-Paul S.A.

SOMMAIRE

04	Dossier: La sécurité par les certificats numériques de la Chambre de Commerce
10	Commerce extérieur
14	Formation
22	Environnement
24	Ventes spéciales
27	Innovation
28	Chronique juridique
32	Législation
33	Chiffres économiques
38	Forum
45	Informatique
48	An 2000
51	EURO
52	EIC
60	Emploi: Plan d'Action National
62	Info entreprises

Courrier et commerce électronique

La sécurité par les certificats numériques de la Chambre de Commerce

L'Internet est aujourd'hui un outil de communication largement utilisé par les entreprises et les personnes privées pour envoyer et recevoir des messages, informer et s'informer et même effectuer des commandes d'achats en ligne. Malgré le succès foudroyant qu'a connu le réseau électronique mondial durant les dernières années, le potentiel de croissance de l'Internet reste encore considérable: du service bancaire à domicile en passant par le shopping en ligne ou les abonnements électroniques jusqu'au services pay-on-demand, l'offre de nouveaux produits et services ne semble pas s'épuiser, bien au contraire. Les utilisateurs et consommateurs se trouvent confrontés à une gamme de services de plus en plus vaste et variée. La sécurité lors de transactions sur Internet demeure cependant aux yeux de nombreux particuliers, entreprises et organisations, la principale préoccupation lorsqu'il s'agit d'investir dans ou de travailler sur le réseau des réseaux.

Les contrôles d'accès consistant en l'utilisation d'un simple mot de passe ne sont plus considérés comme suffisants. C'est pourquoi de nouveaux moyens de sécurisation ont très rapidement été ap-

pliqués pour garantir des transmissions de données ou des transactions financières en toute confiance sur Internet. De plus en plus d'entreprises qui opèrent sur Internet exigent l'utilisation de certificats numériques. En effet, les contrôles d'accès qui reposent sur une donnée que l'on possède (certificat numérique) combinée avec une donnée que l'on connaît (mot de passe) offrent une sécurité accrue. Les clients en ligne ne seront cependant pas les seuls à devoir utiliser ces certificats numériques pour leurs transactions. Les entreprises qui exploitent un serveur de commerce électronique sur Internet auront également de plus en plus recours aux certificats numériques. Le certificat numérique est la seule manière d'assurer l'intégrité de l'entreprise et d'offrir aux clients en ligne la confiance adéquate en matière de sécurité. C'est la raison pour laquelle la Chambre de Commerce s'est engagée dans un partenariat avec la société GlobalSign pour assurer la délivrance de certificats numériques au Grand-Duché.

Le certificat numérique: A quoi ça sert?

Les certificats numériques, également appelés ID, représentent l'équivalent électronique des permis de conduire, des passeports et des cartes de membre. Un certificat numérique permet d'apporter, par voie électronique, la preuve d'une identité ou d'un droit d'accès à des renseignements ou à des services en ligne. Les utilisateurs et les organisations peuvent ainsi protéger leurs transactions professionnelles et privées sur les réseaux de communication.

Fonctionnement des certificats numériques

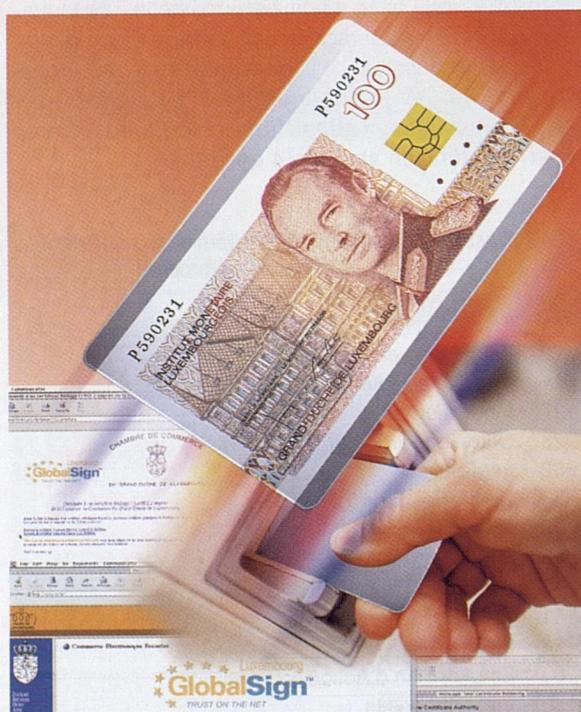
Les certificats numériques reposent sur la Cryptographie à clé publique, un modèle associant des clés publiques et privées. La clé privée n'est connue que de l'utilisateur et sert à générer une signature électronique. Cette clé doit toujours être gardée secrète par l'utilisateur. La clé publique peut être connue de tous et sert à contrôler la signature électronique. Les clés privée et publique sont par conséquent toujours utilisées simultanément, tant pour le cryptage que pour le décryptage d'un message.

Le Cryptage:

Lorsqu'une personne désire vous transmettre un message crypté, celui-ci sera crypté à l'aide de votre clé publique. En tant qu'unique détenteur de la clé privée correspondante, vous serez la seule personne à pouvoir lire ce message.

Décryptage:

Vous recevez un message signé au moyen de la clé privée d'une personne. Grâce au décryptage du message à l'aide de la clé publique de cette personne, vous êtes assuré de l'identité de l'expéditeur. Un certificat numérique relie la clé publique à une



identité. Cette liaison est garantie par un tiers de confiance (trusted third party), l'autorité de certification GlobalSign.

Un certificat numérique permet dès lors de contrôler si une personne est autorisée à utiliser une clé déterminée. On évite ainsi l'utilisation de fausses clés pour abuser d'autres utilisateurs. L'utilisation combinée des certificats numériques et du cryptage apporte une solution de sécurité totale, garante de l'identité de tous les acteurs impliqués dans une transaction.

Composition d'un certificat numérique:

Les certificats numériques reprennent la clé publique de l'utilisateur, le nom de l'utilisateur, une date de péremption, le nom de l'autorité de certification émettrice du certificat numérique, un numéro de série et éventuellement d'autres renseignements encore.

Création et vérification d'une signature électronique:

En vue de la création d'une signature électronique, le signataire doit réaliser un «hash», une version abrégée et unique du message, qu'il cryptera ensuite à l'aide de sa clé privée. Ce hash crypté représente sa signature électronique. En cas de modification du message, le hash variera. Une signature électronique dépend par conséquent à la fois du contenu du message et de la clé privée utilisée. Elle ne peut donc pas être falsifiée.

Par la suite, la signature électronique est annexée au message et tous deux sont transmis au destinataire. Celui-ci recrée le hash du message reçu et décrypte également le hash crypté en se servant de la clé publique de l'expéditeur. En cas de correspondance des résultats des deux hash, on a vérifié:

1. Que la signature électronique a bien été créée à l'aide de la clé privée de l'expéditeur. La certitude de correspondance entre la clé publique et la clé privée de l'expéditeur garantit que personne d'autre ne se fait passer pour l'expéditeur.
2. L'authenticité de l'expéditeur est vérifiée. En outre, l'expéditeur ne peut pas contester avoir transmis le message.
3. Que le contenu du message n'a pas été modifié. L'intégrité du message est donc vérifiée.

Garanties et applications de certificats numériques

• Vie privée et confidentialité

Les particuliers et les organisations ont recours à des certificats numériques pour le cryptage et le décryptage de messages.

• Intégrité

Les particuliers et les organisations utilisent des certificats numériques afin de garantir l'identité de l'expéditeur original d'un message, par le biais de la signature électronique, sans que le message ne puisse avoir été modifié par la suite.

• Authenticité

Il s'agit de la vérification de l'identité d'une personne (ou d'un hôte, d'un serveur, d'un client,...). L'identité du signataire des données par voie électronique est garantie, ce qui permet de découvrir la véritable identité de l'utilisateur qui tente d'accéder à un système.

• Confidentialité

Le destinataire est la seule personne autorisée à recevoir et à lire le message.

• Incontestabilité

L'incontestabilité signifie que les données ne peuvent plus être contestées, à l'instar d'une signature manuscrite apposée en présence de témoins.

• Courriel électronique protégé

L'utilisation d'un certificat numérique permet de signer et/ou de crypter un message.

• Protection de sites Web

Un certificat «Secure Server» (serveur protégé) permet de protéger, en toute transparence, la communication entre un serveur Web et l'ordinateur de l'utilisateur final. De cette manière, la transmission des données relatives à sa carte de crédit peut se faire sans danger.

• «Object Publishing» (signature d'objets)

Est utilisé pour signer un logiciel et le transmettre en toute sécurité via Internet ou par l'intermédiaire de réseaux.

• Contrôle des accès

Les certificats numériques, qu'ils soient intégrés au navigateur ou localisés sur une «smart card» (carte à puce), sont utilisés pour protéger l'accès à des bâtiments, à des sites Internet, à des réseaux intranet et à d'autres réseaux digitaux.

• Indicateur de temps («time stamping»)

Les particuliers et les organisations doivent recourir à des autorités de «time stamping» indépendantes afin de garantir les données et la date et l'heure de messages juridiques ou commerciaux importants.

• Archivage et recherche de documents

Les particuliers et les organisations doivent recourir à des certificats numériques pour vérifier si certains documents n'ont pas été modifiés ultérieurement et pour accorder ou non l'accès à ces documents.

• Identification et privilèges

Les particuliers et les organisations doivent recourir à des certificats numériques en vue de déterminer leurs droits et leurs privilèges, par exemple en ce qui concerne les contrats de licence.

Quelques exemples

Les particuliers peuvent utiliser des certificats numériques pour la plupart des transactions commerciales telles que les achats en ligne, les abonnements, ainsi que pour le cryptage et la signature de leur courrier électronique. Un certificat GlobalSign de classe 3 délivré par la Chambre de Commerce offre le niveau de garantie le plus élevé pour les particuliers et les entreprises et peut servir à des transactions commerciales comme les opérations bancaires électroniques ou les négociations boursières.

A l'instar des particuliers, les entreprises et les organisations peuvent utiliser des certificats numériques pour l'ensemble de leurs transactions commerciales. Un certificat «Secure Server» leur permet de protéger leur site Web et d'apporter la preuve de leur identité vis-à-vis de leurs clients.

Comment fonctionne le partenariat Chambre de Commerce/GlobalSign?

Afin d'être acceptés partout et par tous, les certificats numériques doivent être délivrés par un organisme neutre et conformément à des normes internationales agréées. Pour combler cette lacune, les Chambres de Commerce et d'Industrie belges ont pris l'initiative, en collaboration avec un certain nombre de sociétés publiques d'investissement, de créer GlobalSign/Belsign.

GlobalSign est une Autorité de Certification (AC) qui émet des certificats numériques, les signe à l'aide de sa clé privée et en assure la gestion. La politique suivie et les méthodes pratiquées à cet égard sont reprises dans les Pratiques de Certification de GlobalSign (document CPS). GlobalSign exécute les fonctions décrites et opère conformément à la législation en vigueur et aux normes et usages internationaux.

La Chambre de Commerce assume la fonction d'un Certification Service Provider (CSP) en garantissant aux entreprises et aux particuliers:

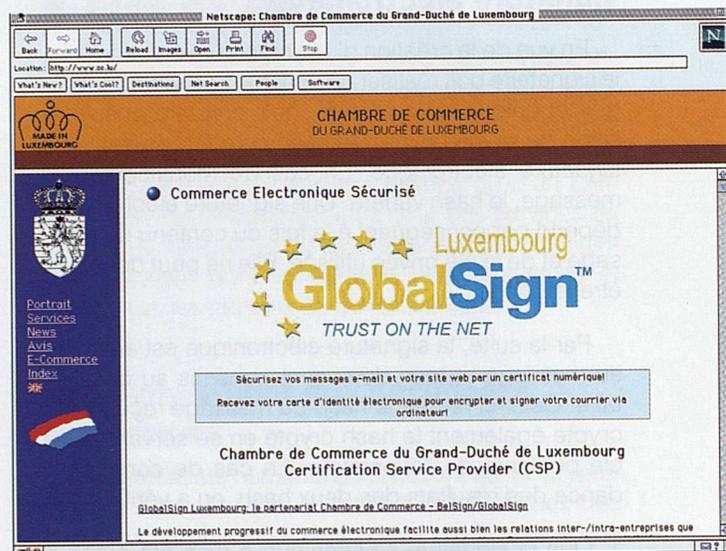
1. Conseil et assistance en matière de commerce électronique sécurisé
2. Vérification des données relatives à l'établissement d'un certificat numérique
3. Emission de certificats numériques
4. Service confidentiel et professionnel

Les services offerts par la Chambre de Commerce

La Chambre de Commerce propose des certificats numériques personnels et des certificats numériques «Secure Server». De nouveaux produits sont développés en permanence par son partenaire GlobalSign.

Les certificats numériques personnels:

Ces certificats numériques sont destinés à être utilisés avec des applications telles que Netscape, Microsoft Internet Explorer ou avec des solutions de certification personnalisées (clients). Ils se distinguent entre eux par le niveau de garantie offert quant à l'identité d'une personne. Ce niveau de garantie dépend de la manière dont l'identité de la personne concernée est vérifiée lors de la procédure de demande.



La vérification du nom, de l'adresse e-mail et d'autres renseignements personnels relatifs au demandeur permettent d'offrir une garantie d'identité. De même, la Chambre de Commerce contrôle également les renseignements encodés par l'utilisateur lors d'une demande de certification en ligne.

La Chambre de Commerce propose trois classes de garantie et applique de ce point de vue les niveaux de garantie de certificats numériques admis par l'ensemble du monde industriel. Le certificat de classe 2 offre une garantie d'identité pour les communications et les transactions électroniques journalières portant sur des valeurs restreintes. Son prix est de 750 LUF/an.

Le certificat de classe 3 PRO assure un contrôle approfondi de l'identité pour les communications et les transactions strictement confidentielles. Il est pro-

posé au prix de 2.400 LUF/an et n'est délivré qu'après un passage du demandeur à la Chambre de Commerce.

Enfin, les certificats Secure Server sont destinés aux serveurs Web dans la mesure où ils proposent un contrôle approfondi de l'identité du serveur. Ils sont conçus pour permettre de communiquer en toute sécurité avec un serveur Web et garantissent par ailleurs l'identité du commerçant.

5. De quelle manière la reconnaissance internationale des certificats est-elle garantie?

Pour être d'une quelconque utilité, les certificats numériques doivent bien évidemment être agréés au niveau international. En effet, dans le monde virtuel, le commerce ne connaît pas de frontières. GlobalSign réunit des autorités nationales et locales en matière de certification et exige de celle-ci l'utilisation de mêmes procédures de vérification lors de l'attribution de certificats numériques.

En outre, GlobalSign définit une politique commune en matière de garanties et d'assurances, assure un suivi attentif des développements sur le plan législatif (tant au niveau national que supranational) et fait appel aux technologies ouvertes les plus récentes. Cette politique aboutit à une reconnaissance internationale des certificats délivrés et, par conséquent, à une interaction de fait entre les différents membres.

Par ailleurs, le recours à l'infrastructure technologique de pointe est synonyme d'importantes économies en matière d'investissement et d'expérience pour chacun des membres individuels. A l'heure actuelle, de nombreux pays font d'ores et déjà partie du réseau GlobalSign et des négociations sont en cours avec d'autres pays. En effet, GlobalSign exerce ses activités au plan international et a déjà développé un réseau de partenaires en Autriche, en Italie, en Turquie, en Belgique et au Luxembourg.

Il est en outre important de savoir que GlobalSign est implantée à Bruxelles, la capitale et le centre de décision politique de l'Union européenne. Ses contacts privilégiés avec la Commission européenne assurent une compatibilité avec les directives européennes. De plus, GlobalSign prend une part active aux études européennes relatives à l'infrastructure PKI (Public Key Infrastructure), infrastructure à clé publique.

Global Sign bénéficie du soutien international de concepteurs de logiciels comme Microsoft et Netscape, ainsi que d'IBM, Oracle, SUN et beaucoup d'autres. Certains de ces constructeurs ont déjà intégré les certificats GlobalSign dans leurs produits.

Grâce à des projets de collaboration aux côtés de partenaires internationaux tels que Pricewaterhouse Coopers, GlobalSign s'efforce d'accroître encore davantage la confiance dans le commerce électronique.

La présence de collaborateurs polyglottes, hautement qualifiés et triés sur le volet permet d'assurer une prestation de services efficace au profit des membres affiliés et de leurs clients. L'implantation locale présente également d'importants avantages sur le plan de la connaissance du marché, de la langue, de l'adaptation éventuelle de l'environnement GlobalSign aux réglementations locales, des prestations de services aux clients, ...

Certificats numérique: Une garantie fiable

La fiabilité des certificats numériques émis par la Chambre de Commerce est principalement déterminée par les procédures strictes d'attribution des certificats et par la protection assurée par l'infrastructure technologique. La garantie attribuée à un certificat dépend de la confiance qu'une personne peut accorder à l'identité que mentionne ce certificat. Selon les méthodes de vérification utilisées, la garantie d'identité procurée aux certificats sur le plan international est variable. Les niveaux de garantie d'identité proposés correspondent aux catégories de certificats agréés sur le plan international.

La preuve de ces garanties est apportée grâce à des démarches administratives et technologiques rigoureuses et grâce à une garantie donnée par les Chambres de Commerces internationales en qualité de certification service provider. La protection de l'infrastructure technologique est assurée grâce à la conservation dans les conditions les plus sûres et les plus secrètes de la clé permettant à GlobalSign de signer les certificats délivrés. La procédure de vérification applicable pour toutes les demandes de certificats est clairement détaillée et peut être adaptée à la situation nationale et/ou régionale des membres de GlobalSign. En outre, le procédé de certification profite de l'expérience qu'ont accumulé dans le domaine de la standardisation des conditions d'homologation la Chambre de Commerce et les autres autorités d'enregistrement.

Une neutralité garantie

Afin d'être acceptés partout et par tous, les certificats numériques doivent être délivrés par un organisme neutre, telles les Chambres de Commerce, et cela conformément à des normes reconnues à l'échelle internationale. C'est pourquoi les mêmes conditions d'affiliation s'appliquent à tous les membres du réseau GlobalSign et les mêmes méthodes de vérification s'appliquent à tous les clients. De même, les autorités locales d'enregistrement doivent répondre à ces conditions d'accréditation. Du

reste, ce réseau est constitué par des autorités de certification ou des autorités d'enregistrement nationales comme les Chambres de Commerce et d'Industrie ou les Barreaux, qui jouissent d'une réputation de neutralité et de fiabilité.

La société GlobalSign définit également une politique commune en matière de garanties et d'assurances, assure un suivi attentif des développements sur le plan législatif (tant au niveau national que supranational) et a recours aux technologies ouvertes les plus récentes. Le souci de neutralité se dégage également des accords de partenariat conclus avec les principaux concepteurs de logiciels sur le marché. GlobalSign a conclu d'importants accords aussi bien avec Microsoft qu'avec Netscape, afin de soutenir les certificats numériques dans les navigateurs. IBM, Oracle et Sun se sont, eux aussi, engagés à intégrer les spécifications de GlobalSign dans leurs produits. Les efforts consentis en vue de la création d'un cadre légal pour les certificats numériques émanent de l'idée selon laquelle une loi neutre et flexible offre les meilleures

garanties pour une percée rapide du commerce électronique.

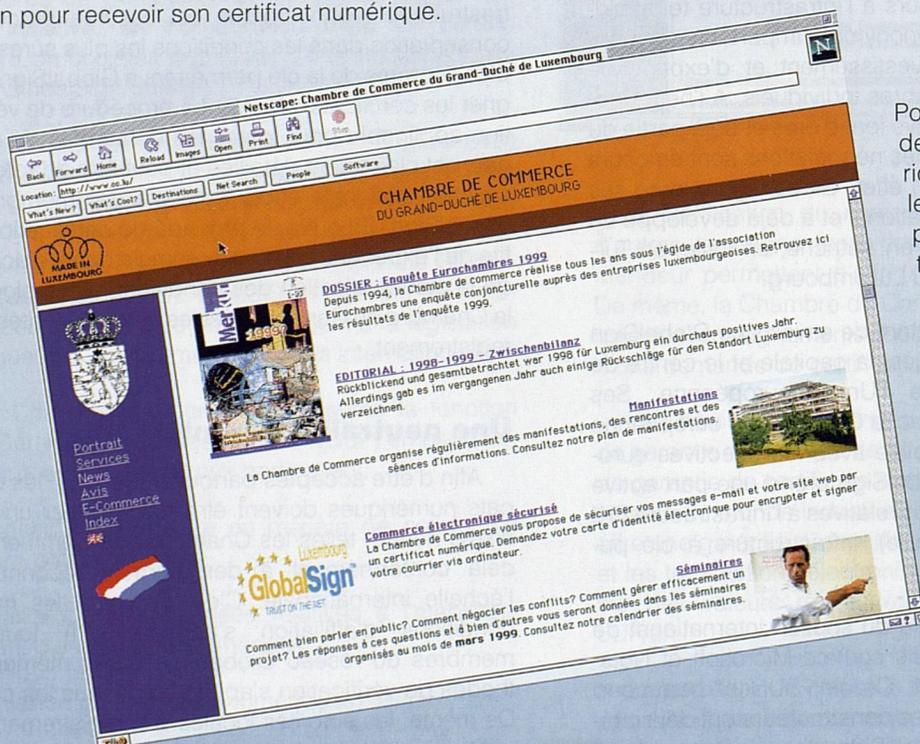
Une législation européenne et mondiale

De même que nous apposons une signature manuscrite sur nos documents (papier) actuels, les signatures électroniques sont utilisées pour garantir l'identité des auteurs/cosignataires de courriers électroniques ou de données électroniques. Ces signatures électroniques sont créées et vérifiées à l'aide de certificats numériques.

La communauté juridique internationale travaille actuellement à l'élaboration d'une législation qui rendra à terme les signatures électroniques aussi contraignantes et universelles que les signatures manuscrites. Il est aujourd'hui apparent que dans un avenir proche, toute personne désireuse de signer des données en vue de réaliser une transaction protégée sera contrainte d'utiliser un certificat numérique personnel et unique.

Comment obtenir un certificat numérique?

Les demandes de certificats numériques de classe 2 peuvent être introduites directement par internet. Pour ce faire il suffit de visiter le site de la Chambre de Commerce à l'url <http://www.cc.lu> et de passer dans la rubrique «E-Commerce». L'utilisateur devra alors simplement suivre les indications qui apparaîtront sur l'écran. Une fois que le demandeur a soumis sa demande via internet, il ne lui reste plus qu'à envoyer les documents demandés à la Chambre de Commerce et de payer sa cotisation pour recevoir son certificat numérique.



Pour les demandes de certificat numériques de classe 3, les demandeurs ont priés de se présenter au Service Commerce Extérieur de la Chambre de Commerce au 7, rue Alcide de Gasperi à Luxembourg-Kirchberg.



L'exploitation optimale de vos réseaux
nécessite un environnement adapté.

Infonet, groupe international spécialisé dans le développement et l'intégration de solutions globales en télécommunications, offre un ensemble d'options claires et pratiques répondant aux besoins réels en matière de communication.

Notre nouveau concept CNO (Customized Network Options) permet à nos clients d'optimiser l'exploitation de leurs réseaux. Il privilégie des applications spécifiques en écartant la solution "Une-Pour-Tout"

au profit d'une solution flexible et économique, adaptée "Cas-Par-Cas".

Infonet Luxembourg se fera un plaisir de vous démontrer son savoir-faire en vous proposant une analyse détaillée gratuite de vos besoins applicatifs sur réseaux.

Pour un meilleur environnement réseaux, informez-vous sur le CNO au numéro d'appel gratuit:

0800-20 80

GLOBAL COMMUNICATIONS SOLUTIONS PROVIDER.

infonet

55, Rue des Bruyères
L-1274 Howald
G. D. de Luxembourg
Fax: (352) 405 639

Projet VEKTOR

La Chambre de Commerce du Grand Duché de Luxembourg a l'honneur de présenter son tout nouveau projet, le projet VEKTOR, qu'elle élabore en collaboration avec les Chambres de Commerce de la Grande Région dans le cadre du programme communautaire Interreg II. Le projet VEKTOR consiste en la mise en place d'un "pôle de compétence virtuel" pour la région Saar-Lor-Lux-Trèves/Palatinat Occidental et poursuit quatre objectifs:

1. Intensifier l'intégration économique de la Grande Région par le renforcement des relations entre les entreprises et le développement de coopérations;
2. Contribuer à la promotion de la Grande Région Saar-Lor-Lux-Trèves/Palatinat Occidental comme site industriel;
3. Soutenir les entreprises sur les marchés internationaux;
4. Donner aux entreprises de l'Espace Saar-Lor-Lux la possibilité d'utiliser rapidement les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Afin d'atteindre ces objectifs, les Chambres de Commerce de la Grande Région créent "un pôle de compétences virtuel", qui, grâce aux nouvelles technologies de l'information, permettra l'accès via Internet à:

1. Des informations sur les entreprises en trois langues (anglais, français et allemand)
2. Des informations sur l'Espace Saar-Lor-Lux-Trèves-Palatinat Occidental
3. Des informations sur les principaux pôles économiques mondiaux

De plus, les entreprises de la Grande Région auront la possibilité de compléter la présentation de base par des informations spécifiques concernant leurs activités, leurs services et produits.

Les nouvelles technologies rendent insuffisant l'accès à des informations via les seules banques de données. Les outils de navigation sur Internet permettent d'établir des passerelles entre les différents systèmes d'exploitation de données et de les présenter de façon conviviale. Les nouveaux moteurs de recherche interactifs sont la clé d'un transfert rapide d'informations vers l'utilisateur. Tel est l'objectif de VEKTOR. Dans une phase initiale, la Chambre de Commerce aura recours aux données repris dans le Guide du Marché; ces informations seront complétés dans une deuxième phase.

Entreprendre '99

La douzième édition de cette bourse d'affaires «ENTREPRENDRE '99» aura lieu le jeudi 18 mars 1999 à 14h00 à la Chambre de Commerce. La criée débutera à 15.00 heures.

Déroulement

Si vous souhaitez participer à la bourse d'affaires «Entreprendre '99», vous pouvez d'ores et déjà obtenir auprès de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg (Tél.: 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 en annexe 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 mais 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 l'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 par l'envoi de sa fiche d'annonceur qu'il souhaite être représenté par la Chambre.

Pour chaque thème, soit offre ou bien 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 à votre 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 entre 14h00 et 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.

Guide du marché luxembourgeois 2000

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg est en train de préparer une nouvelle édition du «Guide du Marché luxembourgeois». Il s'agit de la 18^e édition d'une publication qui paraît de-

puis 1954. Ce guide sera diffusé aux hommes d'affaires et aux entreprises qui désirent entrer en relation d'affaires avec notre pays par l'intermédiaire de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, du Service d'expansion commerciale du Ministère de l'Economie à Luxembourg, des ambassades et consulats luxembourgeois à l'étranger ainsi que des ambassades et consulats étrangers à Luxembourg.

Le guide est donc destiné à promouvoir les relations commerciales nationales et surtout internationales. Afin de mieux pouvoir faire connaître l'activité commerciale luxembourgeoise aux hommes d'affaires étrangers, le guide contient les coordonnées des entreprises industrielles, des commerces de gros et des prestataires de services internationaux actifs au niveau international ainsi qu'un certain nombre d'adresses utiles.

Les entreprises qui avaient déjà figuré dans l'édition précédente ont été contactées dans ce sens par la Chambre de Commerce. La Chambre de Commerce prie les entreprises qui sont intéressées à figurer dans le nouveau guide et qui n'ont pas reçu à ce jour le questionnaire y relatif, de prendre contact avec le service du Commerce extérieur (Mlle Barbara Wiesen, tél.: 42 39 39-312)

Du 15 au 16 avril 1999 à Dallas, Texas

EUROTEX

EUROTEX

Information Technology Partnerships

Le Département de développement économique du Texas organise en collaboration avec Eurochambers et la Commission européenne l'EUROTEX, *Information Technology Partnership*, les 15 et 16 avril 1999 à Dallas, Texas. Cette initiative vise principalement à encourager la coopération internationale entre les PME européennes et américaines et à aider les PME des régions européennes d'étendre leurs activités entrepreneuriales vers le marché américain, en profitant des opportunités d'affaires offertes lors de cette rencontre. Ce partenariat regroupe quelque 200 entreprises provenant de l'Union européenne, connues pour leur savoir-faire et leur dynamisme dans les secteurs d'activités suivants: *E-Commerce, Multimedia, Computer Hardware, Computer Software, IT Services, Telecommunications, Subassemblies & Components et Factory Automation & Manufacturing*.

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Mademoiselle Anouk Simon, tél. 42 39 39-341, fax 43 83 26.

Du 26 au 27 avril 1999 à Penang, Malaisie

Asia Interprise '99

Le secrétariat de l'Union européenne à Bruxelles organise, en collaboration avec *Enterprise Ireland, Italian Institute for Foreign Trade, Spanish Institute for Foreign Trade* et *Malaysian-German Chamber of Commerce*, l'Asia-Interprise Penang '99 les 26 et 27 avril 1999 à Penang, Malaisie. Cet événement, qui fait

**ASIA
INTERPRISE
PENANG • MALAYSIA '99**



partie du Asia Invest Programme, a pour objectif de promouvoir la coopération Asia-EU, de fournir une plate-forme aux PME des deux régions pour leur permettre d'établir des contacts avec les entreprises participantes. Asia Interprise '99 regroupe les secteurs d'activités suivants: *Electrical & electronic parts/components, tool, mould and die components & automobile components*.

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Mademoiselle Anouk Simon, tél. 42 39 39-341, fax 43 83 26.

Matériel médical de maintien à domicile

Convention d'affaires à Nancy

L'ADUAN (Agence de développement et d'urbanisme de l'agglomération nancéienne), le Pôle européen de santé et l'Association médicale de perfectionnement en appareillage de Nancy organisent les 18 et 19 novembre 1999 la 3^e RIM (Rencontre industriels médecins), centrée sur le matériel médical et plus particulièrement au maintien à domicile. Les frais d'inscription à la RIM s'élèvent à 1.200 FF. Des informations complémentaires sont disponibles auprès de l'ADUAN, 10, rue Poirel, BP 516, F-54008 Nancy cedex, tél.: 0033 3 87 17 42 32, fax 0033 3 83 17 42 30 (Mme Lydia Lobry).

Séminaire sur le fonctionnement de la Centrale d'achat de la NAMSA

La Chambre de Commerce a le plaisir de vous informer qu'elle organise, en collaboration avec la Chambre de Commerce de Meurthe-et-Moselle et la Chambre de Commerce du Luxembourg belge, un séminaire sur le fonctionnement de la Centrale d'achat de la Namsa. Le séminaire aura lieu le

30 mars de 14h00 à 16h00 à la Maison de la formation de Longwy. Le programme se déroulera de la façon suivante:

1. Exposé sur le fonctionnement de la NAMSA, par Madame M.-C. GOLLER, responsable des relations publiques;

2. Exposé sur la politique des achats et relations avec l'Industrie luxembourgeoise, par Monsieur M. SAUDRAIS, avocat de la concurrence et directeur adjoint des achats.

Les entreprises intéressées par cette manifestation sont priées de contacter Mme Edith Stein, tél.: 42 39 39-316, fax 43 83 26.

Messen und Ausstellungen • April 1999

F.I.N.

Internationale Messe
 2.04.-12.04.1999 Nantes (F)
 Tel.: 0033/2/40520811
 Internationale Modellbaummesse
 3.04.-11.04.1999 Paris (F)
 Tel.: 0033/1/49096000

Biennale des Technologies et des Processus Industriels

Internationale Ausstellung für Technologien und Industrieverfahren
 12.04.-16.04.1999 Paris (F)
 Tel.: 0033/1/490960000

MESUCORA

Internationale Ausstellung für Qualitäts- und industrielle Verfahrenskontrolle
 12.04.-16.04.1999 Paris (F)
 Tel.: 0033/1/490960000

EUROCARGO

Internationale Fachmesse für Transport und Logistik
 13.04.-15.04.1999 Düsseldorf (D)
 Tel.: 0049/89/32391250

Interstoff

International Fabric & Trend Show
 13.04.-15.04.1999 Frankfurt/Main (D)
 Tel.: 0049/69/75750

INTERTRONIC

Internationale Fachausstellung Elektronikfertigung und Werkstoffe

13.04.-16.04.1999 Paris (F)
 Tel.: 0033/1/47565000

INDUSTRIAL MAINTENANCE

Internationale Fachmesse für industrielle Wartung und Reinigung
 13.04.-16.04.1999 Rotterdam (NL)
 Tel.: 0031/10/2933300

Fachmesse für Einrichtungszubehör

13.04.-18.04.1999 Mailand (I)
 Tel.: 0039/02/725941

Internationale Möbelmesse

13.04.-18.04.1999 Mailand (I)
 Tel.: 0039/02/725941

EIMU

Internationale Büromöbelmesse
 13.04.-18.04.1999 Mailand (I)
 Tel.: 0039/02/725941

EUROCUCINA

Internationale Küchenmöbelmesse
 13.04.-18.04.1999 Mailand (I)
 Tel.: 0039/02/725941

MEDTRADE-EUROPE

Fachausstellung für häusliche Krankenpflege
 14.04.-16.04.1999 Luxemburg (L)
 Tel.: 43 99 - 1

BWS

Internationale Fachmesse für Holzbe- und verarbeitung,

Tischlereibedarf, Eisenwaren, Werkzeug, Schloß und Beschlag, Sicherheitstechnik
 14.04.-17.04.1999 Salzburg (A)
 Tel.: 0043/662/44770

P + P Present + Promotion

Internationale Fachmesse für Werbemittel und Merchandising
 15.04.-17.04.1999 Berlin (D)
 Tel.: 0049/4651/31072

W + N

Internationale Fachmesse für Lichtwerbung, Digitaldruck, Werbe- und Präsentationstechnik
 15.04.-17.04.1999 Berlin (D)
 Tel.: 0049/4651/31072

Internationale Ausstellung des Gourmetsclubs

16.04.-19.04.1999 Madrid (E)
 Tel.: 0034/91/5770418

Saarmesse

Internationale Mehrbranchenmesse
 17.04.-25.04.1999 Saarbrücken (D)
 Tel.: 0049/681/954020

In - Cosmetics Europe

Ausstellung und Konferenz für die Kosmetikindustrie
 20.04.-22.04.1999 Paris (F)
 Tel.: 0044/181/9107910

Sign UK

Internationale Fachmesse für die Beschilderungsbranche und Werbetechnik

20.04.-22.04.1999 Birmingham (GB)
Tel.: 0044/181/7422828

IFABO

Internationale Fachmesse für Informations-, Kommunikations- und Bürotechnik
20.04.-24.04.1999 Wien (A)
Tel.: 0043/1/727200

FORMATOOL

Internationale Ausstellung für Werkzeuge und Werkzeugmaschinen
21.04.-23.04.1999 Maribor (SLO)
Tel.: 00386/62/20671

IFM

Internationale Franchise-Messe
22.04.-25.04.1999 Frankfurt/Main (D)
Tel.: 0049/211/901910

COSMOPROF

Internationale Ausstellung für Parfümerie und Kosmetik
23.04.-26.04.1999 Bologna (I)
Tel.: 0039/02/796606

AUTOTECHNICA

Internationale Ausstellung für Kfz-Teile und Zubehör, Werkzeuge und Werkstattausrüstung
23.04.-28.04.1999 Brüssel (B)
Tel.: 0032/2/7786200

Internationale Handwerksmesse

23.04.- 2.05.1999 Florenz (I)
Tel.: 0039/055/49721

EUROBIERE

Internationale Brauerei-Ausstellung
24.04.-28.04.1999 Straßburg (F)
Tel.: 0033/3/88372121

RESALE

Internationale Messe für gebrauchte Maschinen und Anlagen
25.04.-27.04.1999 Frankfurt/Main (D)
Tel.: 0049/721/932580

Internationale Messe für Erfindungen, neue Techniken und Produkte

30.04.- 9.05.1999 Genf (CH)
Tel.: 0041/22/7365949

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 Veranstalter vor Ihrer Abfahrt bestätigen lassen.

Excellent

VOTRE COMPTABILITE EST-ELLE PRETE?

POUR L' AN 2000?

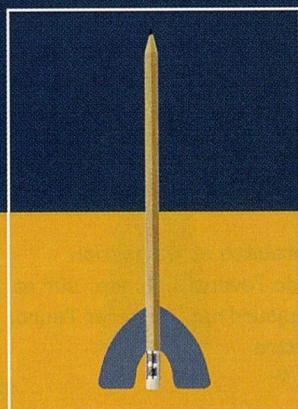
La révolution provoquée par l'an 2000 est la plus importante de toute l'histoire du secteur informatique. Et vous, êtes-vous certain que votre PC ne perdra pas le nord lorsque vous entrez votre première facture de l'an 2000? Le compte à rebours a commencé ...

Toutes ces questions vous font attraper des sueurs froides? Inutile de vous mettre martel en tête. Le nouveau logiciel comptable et de gestion de Cubic, "Excellent", est la solution idéale pour les chefs d'entreprise prévoyants.

C'est le tout-en-un des logiciels comptables et de gestion: rapide, efficace, sûr, convivial et prêt pour les défis de demain.

Cubic sa - Excelsiorlaan 18 - 1930 Zaventem - Belgique
Tél. +32 (0)2/711 16 11 - Fax +32 (0)2/721 92 18 - e-mail: sales@cubic.be

CUBIC
A member of the Exact group



Séminaires

Der richtige Umgang mit Beschwerden und Reklamationen

Verkaufen ist das eine, möglichen Beschwerden entgegenzutreten ein anderer Aspekt. Warum fällt es vielen Verkaufsmitarbeitern so schwer, Reklamationen richtig zu begegnen? In Zeiten abnehmender Kundentreue rückt die Bedeutung richtiger Reklamationsbearbeitung immer mehr in den Vordergrund. Es liegt im Trend der Zeit, einfach mehr und schneller zu reklamieren. Die Veränderungen von der Marktseite her sind bekannt. Den Betrieben fällt es schwer, sich auf diese veränderten Marktmechanismen einzustellen. Die Kunst effektiverer Reklamationsbearbeitung sollte jeder können.

Die Schwierigkeit richtiger Reklamationsbearbeitung wird mittels praktischer Beispiele dargestellt, so daß der interessierte Mitarbeiter bei auftretenden Reklamationsfällen, seien sie mündlich, schriftlich oder telefonisch, mit mehr Sicherheit sich dieser Aufgabenstellung annehmen kann. Ein Seminar für den aufgeschlossenen, aktiven Mitarbeiter, der auch an

die Interessen des Unternehmens denkt und der erkannt hat, daß man aufgrund von Reklamationen keine Kunden mehr zu verlieren braucht. Richtige Reklamationserledigung ist ein unbezahlbarer Service, deren Nutzen man erst erkennt, wenn die Zahl der zufriedenen Kunden steigt.

Spezieller Hinweis: Jeder Seminarteilnehmer hat die Möglichkeit, auch seine individuellen betrieblichen Fälle vorzutragen und zu diskutieren. Auf Wunsch werden ihm exemplarische Behandlungswege aufgezeigt.

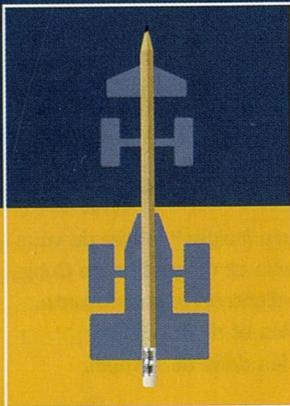
Programm:

- Was Kunden am meisten stört
- Kurzfristige Verkaufserfolge, die Quelle allen Übels?
- Richtiges Mitarbeiterverhalten, die Basis neuer Erfolge
- Service-Leistungen, die Quelle neuer Verkaufserfolge
- Aus Erfahrungen anderer lernen
- Wie auf Beschwerden und Reklamationen richtig reagieren?
- Wie lassen sich „Beziehungsbrücken“ zum Kunden aufbauen?



VOTRE COMPTABILITE SUIT-ELLE LE COURS DE L'EURO?

L'introduction de l'euro pose de nouvelles conditions aux entreprises, aussi à la vôtre. A vous de décider si vous voulez occuper la première place ou faire du surplace.



Avec Excellent, le nouveau logiciel de comptabilité et de gestion de Cubic pour Microsoft® Windows®, vous allez de l'avant! Efficace, sûr et convivial, Excellent vous permet en outre, déjà aujourd'hui, de gérer l'euro.

Qu'attendez-vous pour mettre la chance de votre côté ?

Cubic sa - Excelsiorlaan 18 - 1930 Zaventem - Belgique
Tél. +32 (0)2/711 16 11 - Fax +32 (0)2/721 92 18 - e-mail: sales@cubic.be



A member of the Exact group

© 03/99 Microsoft S.A. Les noms et marques cités sont des marques commerciales déposées de Microsoft aux États-Unis et dans d'autres pays.

- Gibt es eine Kundengruppe, die besonders gern reklamiert?
- Kleine Kundentypologie – wie man sich bei bestimmten Menschentypen richtig verhält
- Die zehn Todsünden „typischer Reklamations-erledigung“
- Praktische Übungen und Rollenspiele

Referent: Gerd REHBOCK, Kommunikations- und Verkaufstrainer

Teilnehmerkreis: Inhaber und Mitarbeiter von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsbetrieben, z.B. Verkäufer im Innen- und Außendienst, Verkaufssachbearbeiter, Personen die Kundenkontakt haben sowie alle Mitarbeiter, die mit Reklamationen befaßt sein können

Teilnahmegebühr: 3 000.- LUF*, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

* Diese Weiterbildungsmaßnahme wird unterstützt durch den Europäischen Sozialfonds

Datum: Montag, den 8. und Dienstag, den 9. März 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

Optimale Führung von Einzelhandelsbetrieben

Der Betriebserfolg bleibt häufig aus, weil Fehler und Schwachstellen im Unternehmen nicht oder nicht rechtzeitig erkannt und keine geeigneten Gegenmaßnahmen zu ihrer Beseitigung ergriffen werden. Ziel dieses Seminars ist es, den Teilnehmern die immer wieder auftretenden Fehler in den Hauptproblembereichen aufzuzeigen und ihnen konkrete Vorschläge zur Behebung festgestellter Schwachstellen zu machen.

Programm:

- Unternehmensführung
 - Mitarbeiterführung
 - Koordination im Betrieb
 - Finanzierungsfehler
 - Betriebsplanung
 - Betriebskontrolle
- Marketing
 - Sortimentspolitik
 - Preispolitik/Kalkulation
 - Werbung/Verkaufsförderung

Referent: Manfred ABELS, Diplom-Kaufmann, Unternehmensberater

Excellent

VOTRE COMPTABILITE EST-ELLE PRETE?

POUR L' AUTOROUTE DE L'INFORMATION?

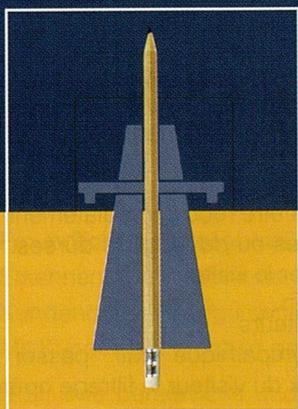
D'ici peu, l'e-mail occupera une place aussi importante que le fax. Les autorités n'encouragent-elles pas la remise de déclarations digitales? Et vous, êtes-vous prêt à surfer ou préférez-vous rester à quai?

Toutes ces questions vous font attraper des sueurs froides? Inutile de vous mettre martel en tête. Le nouveau logiciel comptable et de gestion de Cubic, "Excellent", est la solution idéale pour les chefs d'entreprise prévoyants. C'est le tout-en-un des logiciels comptables et de gestion: rapide, efficace, sûr, convivial et prêt pour les défis de demain.

Cubic sa - Excelsiorlaan 18 - 1930 Zaventem - Belgique
Tél. +32 (0)2/711 16 11 - Fax +32 (0)2/721 92 18 - e-mail: sales@cubic.be



A member of the Exact group



Teilnehmerkreis: Inhaber, Geschäftsführer, Filial- und Abteilungsleiter von Einzelhandelsbetrieben

Teilnahmegebühr: 4 000.-LUF, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

Datum: Mittwoch, den 10. März 1999 von 08.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr.

La négociation – Comment sortir des conflits professionnels?

Toute personne peut rencontrer des difficultés envers une autre, à l'occasion des relations normales de travail. Ces difficultés (tiraillements, oppositions, désaccords, contestations, disputes, ...) peuvent porter sur les relations du responsable hiérarchique avec ses collaborateurs, ou sur les relations entre collègues de travail.

La plupart du temps, ces «conflits» ne sont pas traités et ils finissent alors par prendre une importance démesurée par rapport à leurs causes originelles. Ou bien ils se traitent de manière subjective et irrationnelle, sans avoir fait l'objet d'une analyse objective, sans que l'on ait pris le recul nécessaire et réfléchi, sur base d'une démarche construite et raisonnée, à la meilleure façon de s'en sortir. Dans tous les cas, ces «conflits», inévitables dans toute situation professionnelle, voire nécessaire à l'équilibre des relations, entraînent une perte d'efficacité, s'ils ne sont pas gérés correctement.

Objectifs:

- Faire prendre conscience aux participants de leur comportement dans une situation conflictuelle
- Apprendre à s'exprimer de façon constructive au moment où apparaît le désaccord
- Former à l'utilisation d'outils permettant de gérer les conflits et de négocier une solution qui satisfait les parties en présence
- Apprendre à adapter son style de management pour faciliter l'expression de ses collaborateurs et ainsi limiter le risque de conflits

Programme:

- L'analyse d'un conflit
- Les parties en présence
- Les pouvoirs en présence
- Les types de conflits
- Les causes psychologiques
- Le contexte et la culture
- La prévention des conflits
- Le traitement des conflits

- Les règles de base d'une négociation efficace
- Les outils pour négocier «gagnant»
- La mise en application pratique

Conférencier: Catherine GERARDIN, conseil en gestion des ressources humaines

Public: Toute personne ayant des responsabilités d'encadrement ou appelée à en exercer. Toute personne ayant à travailler en relation étroite avec d'autres collègues de travail

Droit d'inscription: 9.000.-LUF, documentation, rafraîchissements et deux déjeuners inclus

Dates: jeudi 11 et vendredi 12 mars 1999 de 8.30 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

L'accueil à la réception – Des gestes simples pour fidéliser le client

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 aux répercussions négatives
- 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

BON D'INFORMATION EXCELLENT

Oui, envoyez-moi, gratuitement et sans engagement de ma part, un complément d'informations sur Excellent, le logiciel comptable et de gestion pour Microsoft® Windows® le plus complet.

Prénom: Nom:

Fonction: Société:

Activité/secteur:

N° de série de Cubic (uniquement pour clients):

Logiciel actuel:

Rue: N°:

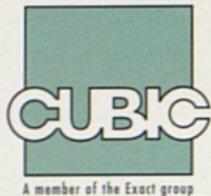
Code postal: Localité:

Tél.: Fax:

E-mail:

Lux-M

Renvoyez le bon complété sans l'affranchir ou faxez-le au **02/711 16 25**



**Ne pas
affranchir**

**Cubic sa
Numéro de réponse 3
1930 Zaventem**



Public: Toute personne confrontée à l'accueil

Droit d'inscription: 3.000.- LUF*, documentation et rafraîchissements inclus

*Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

Dates: jeudi 18 et vendredi 19 mars 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures.

Durch freundliche und kompetente Fachberatung gewinnen

Billig produzieren ist nicht das Problem der Zukunft – wohl aber das Verkaufen! Das Überangebot wird noch größer werden und der Niedrigpreis wird bald nicht mehr zu unterbieten sein. Was dann? Spätestens dann wird man kompetente Verkaufsmitarbeiter(innen) brauchen, die Kundenprobleme lösen und das Vertrauen ihrer Kunden gewinnen können. Insbesondere im Fachhandel werden tüchtige Verkaufsmitarbeiter(innen) gebraucht, die Freude daran haben, die Wünsche der Kunden zu erfüllen. – Das ist nicht immer einfach: Der Umgang mit Kunden hat sich in den letzten Jahren wesentlich verändert. Wir zeigen Ihnen im Seminar, worauf Sie sich einstellen sollten und wie Sie mit immer kritischeren Kunden leichter klar kommen.

Nach diesem Seminar werden Sie wissen, worauf es im Verkauf wirklich ankommt, an welchen Themen Sie weiter arbeiten können und welche persönlichen Stärken Ihnen nutzen.

Programm:

- Die verkäuferischen Anforderungen bei unterschiedlichen Anbietungsformen erkennen
- Durch Kundenorientierung besser überzeugen
- Mit Kundenfreundlichkeit gewinnen
- Das beratende Verkaufsgespräch: Aufbau und Methoden
 - Freundliche und zeitgemäße Kundenansprache
 - Erkennen, was der Kunde wirklich will
 - Kundenorientiert argumentieren
 - Mit Kundeneinsprüchen geschickt umgehen
- Tips für Ihre persönliche und berufliche Entwicklung

Referent: Elmar HEINSBERG, Diplom-Betriebswirt, Wirtschaftspädagoge & Unternehmensberater

Teilnehmerkreis: Berufseinsteiger(innen), Verkäufer(innen) im Facheinzelhandel

Teilnahmegebühr: 7 000.- LUF, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

Datum: Montag, 22. und Dienstag 23. März 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

La qualité totale au service des PME et PMI

Tout responsable doit être capable de stimuler la qualité au sein de son entreprise, de la réaliser, de la diriger et de l'accompagner. La qualité totale implique la participation de tous à un groupe de travail en vue d'améliorer les problèmes rencontrés dans leurs activités de tous les jours. La recherche créative en groupe doit aboutir à des propositions réalisables et à des solutions concrètes dont on peut mesurer les effets bénéfiques pour l'entreprise à relativement court terme.

Objectifs:

- Comprendre l'importance de la non-qualité et son rôle au sein de l'entreprise
- Appliquer à votre entreprise les principes de la qualité totale
- Connaître les phases de la méthodologie de résolution de problèmes
- Participer de façon constructive à un groupe d'amélioration de la qualité
- Repérer des thèmes propres à votre service ou fonction qui, par la mise en place d'actions spécifiques, répondent à une meilleure satisfaction des attentes des clients externes et internes de l'entreprise
- Établir un plan d'action individualisé et réaliste

Programme:

- La qualité totale au sein de votre entreprise
- L'approche de la qualité totale
- Mise en oeuvre de la qualité totale dans votre entreprise

Méthode: Le travail interactif est le fil conducteur qui traverse cette formation. En faisant activement appel à votre expérience, vos remarques, propositions et autres interventions concrètes, nous garantissons un feed-back optimal entre les participants et l'animateur. Des moments théoriques, appuyés par un syllabus sont chaque fois suivis d'exercices pratiques (jeux de rôle, étude de cas...), individuels ou en petits groupes. Tous les exercices sont basés sur une attitude empathique, permettant à chacun de s'identifier et d'élaborer des solutions adéquates.

Conférencier: Roland GIESELER, consultant-formateur spécialisé en assurance-qualité ISO 9000 et en qualité totale

Public: Dirigeants d'entreprise, cadres, responsables qualité

Droit d'inscription: 3.000.- LUF*, documentation et rafraîchissements inclus

*Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

Dates: lundi 29 et mardi 30 mars 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

Formation de formateurs

Objectifs: Former des membres du personnel disposant d'une maîtrise technique rompue aux normes de l'entreprise à l'art d'instruire les collaborateurs débutants.

Faire acquérir la standardisation du «Savoir-Faire» et du «Savoir-Être» selon les principes pédagogiques validés. Développer la performance de l'équipe par l'entraînement et la guidance.

Programme:

- Les tenants et aboutissants de la formation professionnelle
- Vaincre les résistances à la relation interindividuelle dans l'action de formation
- Analyse de la communication dans la transmission d'information
- Les comportements directifs et encourageants dans la formation
- Savoir analyser et morceler les tâches

Conférencier: Thierry HUYNEN, diplômé en psychologie industrielle et sciences du travail

Public: Cadres et personnels de maîtrise chargés d'instruire, d'encadrer et de superviser des collaborateurs dont ils ont la charge

Droit d'inscription: 3.000.- LUF*, documentation et rafraîchissements inclus

* Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

Date: mercredi 31 mars et jeudi 1^{er} avril 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

Business presentation skills

Objectives:

- To prepare, structure and set up a presentation to an audience taking into consideration the various presentation parameters
- To express themselves easily, overcome stage fright and demonstrate credibility
- To induce the audience to memorize information, react upon a subject, approve, consent

Contents:

- Stages of a presentation to an audience
- Theme: subject analysis and documentation
- Type of audience

- Element, argumentation and talk scheme
- Time management
- Objectives and presentation strategy
- To inform: describing, defining and demonstrating
- To persuade: arguing, objecting and responding
- Forms of presentation
- Prepared and spontaneous improvisation
- Reading
- Visual aids: advantages and various usage guideline
- Characteristics of an effective business presentation
- Psychological preparation and overcome stage fright
 - Verbal patents
 - Non verbal patents
 - Animation factors

Conference language: English

Trainer: Mrs Irene Johnson, Human Resources Consultant

Public: open

Price: 3.000.- LUF*, documentation and refreshments included

* This seminar is subsidied by the European Social Fund

Dates: Monday 19th and Tuesday 20th of April 1999, 08.30 am – 12.30 pm and 02.00 pm – 05.30 pm

Controlling für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

Controlling als ein zentrales Instrument der Unternehmenssteuerung hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Auch kleinere Unternehmen, gleich welcher Branche, können kaum noch darauf verzichten, wenn sie langfristig erfolgreich am Markt bestehen wollen.

Seminarziel:

Mittels theoretischer Erörterungen und praktischer Beispiele soll das Ziel erreicht werden, den Teilnehmern solche Controllingansätze und -werkzeuge zu vermitteln, die es ihnen ermöglichen, diese in ihren Betrieben einzuführen, umzusetzen und gegebenenfalls bereits bestehende Controllinginstrumente auszubauen.

Programm:

- Definition des Controlling, sowie Kurzbeschreibung und Gliederung der verschiedenen Controllingansätze
- Einführung in die für KMU wesentlichen Controllingarten

- Unternehmensplanung und Budgeting
- Aufgaben und Instrumente des Kostencontrollings
- Aufgaben und Instrumente des Erlöscontrollings
- Aufgaben und Instrumente des Finanzcontrollings
- Jahresabschlußanalyse
- Schnittstellen der verschiedenen von den KMU verwendeten Controllingansätze zu weitergehenden Arten und Instrumenten der Controllingarbeit, insbesondere
 - Formulierung und Umsetzung von Unternehmensstrategien
 - Aufbau bzw. Ausbau des Berichtswesens, ständige Berichterstattung und Koordination des Informationsmanagements mittels Informationssystemen
 - Ausbau bestehender Controllingfunktionalitäten

Referent: Jean-Luc STEPHANY, Wirtschaftsberater, Réviseur d'entreprises, Mitglied des Institut des réviseurs d'entreprises (IRE)

Teilnehmerkreis: Führungskräfte, leitende Mitarbeiter sowie Fachleute aus den Bereichen Finanzen und Rechnungswesen von luxemburgischen KMU, die als kompetente Gesprächspartner die Ideen der Unternehmensplanung und ein Controlling-Grundverständnis mittragen wollen.

Teilnahmegebühr: 6 000.- LUF, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

Datum: Donnerstag, den 22. und Freitag, den 23. April 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr.

Das Verkäufer-Seminar: Kunden suchen – Kunden binden

Viele Erfolge im Verkauf bleiben auf der Strecke, weil 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.

Doch die Kunst, bestimmte frühere oder potentielle Kunden wirksam anzusprechen und zu gewinnen,

verlangt sehr viel Können, Geduld und Einfühlungsvermögen. Fähigkeiten, die bei einem Verkäufer nicht unbedingt vorausgesetzt werden dürfen. Dieses Seminar will diese Kenntnisse vermitteln, Wege aufzeichnen zur Kundengewinnung und Fähigkeiten schulen, die die Kundenbindung erhöhen können.

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

Teilnehmerkreis: Alle interessierten Verkäufer im Außen- oder Innendienst, die ihre Gesprächsführung verbessern wollen.

Teilnahmegebühr: 7 000.- LUF, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

Datum: Montag, den 26. und Dienstag, den 27. April 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

Kundenorientierung am Telefon – Richtiges Telefonverhalten sichert Geschäftserfolge

Wer telefoniert nicht gerne mit Personen, die höflich sind und gut zuhören können. Wenn diese Gesprächspartner auch noch über eine angenehme Stimme verfügen, spürt man die positiven Veränderungen. Eine Situation, die man leider zu selten antrifft. Die meisten Mitarbeiter machen sich nicht bewußt, daß sie mit ihrem Verhalten – gleichgültig, ob am Telefon oder in einem persönlichen Gespräch – zum Image des Unternehmens beitragen.

Jeder glaubt, er könne richtig telefonieren. Ob er es wirklich kann, darüber macht er sich selten Gedan-

ken. Dieses gilt sowohl beruflich als auch privat. Einige Gesprächspartner merken es und reagieren entsprechend. Diese Reaktion wird selten bewußt wahrgenommen. Erst wenn bestimmte Verhaltensmuster zu negativ sind, erfolgen Reaktionen. Die Auswirkungen falschen Telefonverhaltens werden in der Regel meistens unterschätzt. Jeder telefoniert viel, investiert viel Zeit in seine Telefonate. Und wie wenig Zeit opfert er für Lernschritte, um besser und wirkungsvoller telefonieren zu können?

Zielsetzung: 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?
- Das richtige Verhalten am Telefon:
- Richtige Gesprächsführung am Telefon mit praktischen Beispielen
- Entspricht Ihre Sprech- und Redetechnik den notwendigen Anforderungen moderner Telefonkommunikation?
- Die häufigsten Fehlerquellen beim Telefonieren
- Der Umgang mit schwierigen Kunden
- Die zehn Gebote für erfolgreiches Telefonieren
- Erstellung eines Merkmal-Kataloges für den praktischen Alltag
- Rollenspiele und praktische Übungen

Referent: Gerd REHBOCK, Kommunikations- und Verkaufstrainer

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: 3 000.- LUF*, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

* Diese Weiterbildungsmaßnahme wird unterstützt durch den Europäischen Sozialfonds

Datum: Donnerstag, den 29. und Freitag, den 30. April 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

Benchmarking

Une démarche de poursuite de la qualité totale exige des critères d'excellence du plus haut niveau. Il convient alors de bien connaître vos concurrents,

afin d'essayer de les dépasser et de tirer, à votre profit, les leçons que leurs erreurs imposent.

Le «BENCHMARKING» vous aidera à éviter de réinventer l'eau chaude et vous permettra de vous distinguer de vos concurrents par la qualité de vos produits ou services et par l'efficacité de votre travail.

Objectifs:

- Donner un élan supplémentaire à la gestion de la qualité totale
- Former vos propres spécialistes du Benchmarking capables de monter vos projets
- Élaborer un projet complet, comprenant la concrétisation de nouveaux objectifs

Programme:

- Situer le Benchmarking
 - La place du Benchmarking dans un processus d'amélioration continue
 - Focaliser votre entreprise sur les meilleures prestations du moment
- Deux sortes de Benchmarking
 - Le Benchmarking comme méthode ponctuelle: produits, services, procédures
 - Le Benchmarking comme stratégie intégrée
- Mise en oeuvre du Benchmarking
 - Choisir l'objet et le lieu du Benchmarking
 - Diagnostic de votre situation actuelle
 - Rassembler et traiter l'information, communiquer les résultats
 - Mettre la barre plus haut: innovation, implémentation
 - Le Benchmarking comme point de départ d'un réseau de travail permanent

Méthode: Cette formation ne se limite pas à l'approche théorique du concept.

Les participants seront confrontés aux aspects pratiques du Benchmarking, grâce à l'élaboration et l'exécution concrète d'un projet réel, appliqué à votre entreprise. L'approche pratique, interactive et personnalisée garantit l'implication de tous les participants.

Conférencier: Roland GIESELER, consultant-formateur spécialisé en assurance-qualité ISO 9000 et en qualité totale

Public: Dirigeants d'entreprise, cadres, responsables commerciaux

Droit d'inscription: 3.000.-LUF*, documentation et rafraîchissements inclus

*Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

Dates: lundi 3 et mardi 4 mai 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

Comment traiter constructivement les réclamations de vos clients?

Un client qui réclame nous donne une deuxième chance pour soigner notre approche. Qu'elles soient fondées ou non, les réclamations peuvent représenter un moyen de fidéliser le client. Comment modifier notre manière d'appréhender les réclamations, même si le client peut parfois être agressif?

Programme:

- Comment accueillir les réclamations, les traiter et y donner une suite tout en fidélisant le client?
- Comment réagissez-vous lors d'une réclamation? Votre réaction face au client.
- Cerner les motifs des réclamations des clients. C'est par la manière de poser des questions que l'on arrive à cerner les véritables besoins du client.
- C'est en posant des questions que le client se rend compte de l'importance que vous lui accordez.
- L'art de poser des questions est une arme redoutable chez un collaborateur qui la maîtrise parfaitement
- Comment répondre au client?
- Comment traiter les réclamations faciles?
- Comment traiter les réclamations difficiles?
- L'interlocuteur nous parle avec son corps, mais le collaborateur, parfois trop préoccupé par ce qu'il veut dire, ne l'entend pas
- La connaissance des principes de la communication non verbale s'avère indispensable

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

Public: Toute personne confrontée au traitement des réclamations

Droit d'inscription: 3.000.- LUF*, documentation et rafraîchissements inclus

*Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

Dates: jeudi 6 et vendredi 7 mai 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

Financement de l'investissement par crédit bancaire

Objectifs:

- Préparer les dirigeants d'entreprise à formuler correctement une demande de crédit pour un investissement
- Familiariser les décideurs avec le fonctionnement technique des différentes formes de crédit disponibles

- Déterminer la capacité d'investissement et d'endettement de l'entreprise
- Connaître les points auxquels le banquier est sensible

Programme:

- Caractéristiques stratégiques de l'investissement
L'investissement:
Le financement:
Les formes de financement disponibles:
- Les facteurs auxquels le banquier est sensible
La demande de crédit:
Considérations non-financières:
Détermination de la capacité d'investissement et d'endettement de l'entreprise
- Cas pratiques
- Facteurs supplémentaires à considérer

Conférencier: M. Guy HOFFMANN, chef de service – Grandes firmes – dans le secteur bancaire luxembourgeois

Public: Dirigeants d'entreprises, responsables financiers, décideurs confrontés à un projet d'investissement

Droit d'inscription: 6.000.-LUF, documentation et rafraîchissements inclus

Dates: lundi 17 et mardi 18 mai 1999 de 8.30 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

VOTRE TAXI AERIEN

- ✓ Vols directs à la demande
- ✓ Rapidité et confort total
- ✓ Souplesse horaire
- ✓ Excellence du service

☎ 42 52 52-1



LUXAVIATION
Compagnie luxembourgeoise de Taxi aérien
LUXEMBOURG AIRPORT L-1110 FINDEL FAX: 42 71 40

Cycle de formation**La protection de l'environnement dans l'entreprise**

Dans notre société moderne d'aujourd'hui, la sauvegarde et la protection de notre environnement naturel revêt une importance de plus en plus grande; les autorités européennes et nationales en tiennent compte en augmentant les contraintes légales et réglementaires, visant en premier lieu les entreprises, à des degrés divers.

Dans le but d'aider ces entreprises par une vaste action d'information et de formation, l'OLAP, en collaboration avec la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers, propose aux chefs d'entreprises et à leurs cadres responsables un cycle de huit séminaires dans la période de novembre 1998 à juillet 1999.

Le cycle traitera les thématiques de l'utilisation rationnelle de l'énergie, des émissions et immissions de substances nocives, de la protection contre les bruits, de la gestion de l'eau, de la gestion des déchets et enfin du management écologique. Trente-neuf experts en écologie: architectes, ingénieurs-conseils, représentants de syndicats intercommunaux, délé-

gués de l'Administration de l'environnement, de l'Inspection du travail et des mines, du Ministère de la Santé, e.a., prendront la parole au cours de ce cycle.

Ces séminaires sont essentiellement orientés vers la pratique. Il y aura notamment des exposés-débats étayés d'exemples concrets, des discussions. Les intervenants répondront aux questions soulevées par l'auditoire. Les séminaires auront lieu en langues luxembourgeoises, allemande ou française, en fonction des indications (L), (D) ou (F). Les formations s'adressent aux chefs d'entreprises et à leurs collaborateurs, aux cadres dirigeants, aux personnes responsables des questions environnementales.

A noter également que:

- si les 8 thèmes forment un cycle et constituent un ensemble cohérent, chacun d'entre eux, ayant ses caractéristiques propres, peut être suivi séparément;
- les entreprises et administrations qui réservent une ou plusieurs places pour tout le cycle ne seront pas obligées de déléguer à chaque séminaire le même participant;
- un abonnement au cycle vous procure la gratuité d'une journée;
- le nombre de participants est limité. Les inscriptions seront prises en considération d'après l'ordre d'entrée.



C'est dans le **besoin**
qu'on reconnaît ses amis.

Nous vous garantissons: • le versement d'une indemnité journalière dès le **1er** jour en cas d'accident et dès le **8e** ou le **15e** jour en cas de maladie • la durée illimitée du paiement de l'indemnité • la déductibilité des primes • **une hotline 24h/24: 290.090.**



**VOUS BÉNÉFICIEZ DE L'ASSURANCE
"PERTE DE REVENU"
EN CAS D'INCAPACITÉ DE TRAVAIL.**

Séminaire 5: La gestion des déchets I**Jeudi 22 avril 1999**

8h30	La prévention et la gestion des déchets Loi du 17 juin 1994 (L)	Robert Schmit, Administration de l'Environnement
10h30	La gestion écologique et économique des déchets – L'action «SuperdrecksKëscht 2» (D)	Andrea Kabus, SuperdrecksKëscht
11h45	Il y a du recyclage et du recyclage (D) - le recyclage matériel - le recyclage thermique	Andrea Kabus, SuperdrecksKëscht
12h00	Interruption	
14h00	La bourse de recyclage (L) - le but et l'origine - le fonctionnement	Andrée Georges, Gedelux
14h30	Le système de collecte et d'élimination d'amiante-ciment en plaque (L)	Andrée Georges, Gedelux
15h00	Le centre de recyclage (L) - le fonctionnement - les critères d'acceptation	Michel Lamy, Service d'hygiène de la Ville de Luxembourg
16h15	Installation d'incinération SIDOR (L)	Patrick Christophory, SIDOR
17h00	Fin du séminaire	

Séminaire 6: La gestion des déchets II**Jeudi 6 mai 1999**

8h30	Produits de recyclage et leurs applications (D)	Andrea Kabus, SuperdrecksKëscht
10h30	Présentation générale des structures des syndicats responsables de la gestion des déchets (L)	Nathalie Reuter, SIDEC
10h45	Présentation des activités du SIDEC (L) - le conseil aux entreprises - la récupération sélective - le traitement des déchets organiques et ultimes	Nathalie Reuter, SIDEC
11h15	La législation en matière de transferts de déchets (L) - Objectifs - Procédures de notification - Rôle de l'entreprise	Robert Schmit, Administration de l'Environnement
12h00	Interruption	
14h00	Stockage et manutention des déchets (D) - Descriptif des solutions pratiques - Avantages pour l'entreprise	Andrea Kabus, SuperdrecksKëscht
14h30	Décharge pour déchets industriels (L,D)	Alex Bernard, Rainer Klöppner, Gedelux
15h30	Décharge pour déchets ménagers (L) - Présentation du SIGRE - Critères d'acceptation - Fonctionnement de la décharge	Alain Kieffer, SIGRE
16h15	Fin du séminaire	

Les informations sur les séminaires complétant le cycle seront publiées dans les prochaines éditions du Merkur. Les séminaires auront lieu à la Chambre des Métiers, 2 Circuit de la Foire Internationale, Luxembourg-Kirchberg. Le droit d'inscription s'élève à 5.000 Luf par séminaire à verser sur le CCP de l'OLAP 19477-77. Inscriptions et informations complémentaires auprès de l'OLAP au tél.: 48 98 48, fax 40 39 72, e-mail: form.continue@olap.lu.

Suite du calendrier:

Jeudi, 3 juin 1999
– La gestion de l'eau

Jeudi, 1^{er} juillet 1999 –
Le management écologique

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 15/02/99.

ADAMY Raymond

70, rue de l'Alzette
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE
c9094/98
10/11/1998 - 09/11/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles d'horlogerie, bijouterie, orfèvrerie, cristaux et articles d'optique (à l'exclusion de lunettes)

BECKER Jan

21, rue de l'Alzette
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE
c9096/98
10/11/1998 - 09/11/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de maroquinerie, articles de fausse-bijouterie, jouets, articles pour fumeurs, articles de vêtements de sport

BIJOUTERIE-HORLOGERIE DUE S. à r.l.

33, avenue de la Gare
L-1611 LUXEMBOURG
c9042/98
19/05/1998 - 18/05/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de bijouterie-horlogerie

BODEGAS DE IBERIA S.à r.l.

30, rue de Longwy
L-4750 PETANGE
c9049/98
04/07/1998 - 03/07/1999
cessation complète de l'activité commerciale-boissons

BOUTIQUE PIPELINE S.A.

24-26, place de la Gare
L-1616 LUXEMBOURG
c9107/98
26/11/1998 - 27/11/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles et vêtements de sport

BRITT & STEFAN

DESIGN S.à r.l.

32, rue Beaumont
L-1219 LUXEMBOURG
c9119/98
16/01/1999 - 15/01/2000
cessation complète de l'activité commerciale
articles de cadeaux, de décoration et articles de textiles et d'ameublement

BROSIUS Fernand

67, Grand-Rue
L-1661 LUXEMBOURG
c9046/98
04/07/1998 - 03/07/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de bijouterie-horlogerie

CARINA S.à r.l.

77, rue de l'Alzette
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE
c9084/98
02/11/1998 - 01/11/1999
cessation complète de l'activité commerciale
confection pour dames et fillettes, articles de bonneterie, chemiserie et lingerie

CATH S.à r.l.

1, rue Joseph Lentz
L-3378 LIVANGE
c9048/98A
04/07/1998 - 03/07/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles textiles, articles de mercerie et d'horlogerie-bijouterie, articles de maroquinerie, chaussures

CENTRAL CASPIAN S.à r.l.

12, rue de l'Alzette
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE
c9089/98
17/11/1998 - 16/11/1999
cessation complète de l'activité commerciale
tapis et articles d'artisanat d'art

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

CENTRAL CASPIAN S.à r.l.

5, rue Jean Jaurès
L-3490 DUDELANGE
c9089/98A
17/11/1998 - 16/11/1999
cessation complète de l'activité commerciale
tapis et articles d'artisanat d'art

CHOQUE Pierre

9, rue Guillaume
L-9046 ETTTELBRUCK
c9071/98
01/09/1998 - 31/08/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de mercerie-bonneterie, articles de fausse-bijouterie, parapluies, cannes, articles en toile cirée

DE ROSA Irma

43, avenue G.-D. Charlotte
L-3441 DUDELANGE
c9073/98
31/08/1998 - 30/08/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de confection et accessoires de mode y assortis

ELECTRE S.à r.l.

26, rue de l'Alzette
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE
c9082/98
16/10/1998 - 15/10/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles textiles, articles de confection, articles de bonneterie et articles de mode assortis

ELECTRICITE KOHNEN S.A.

54, Grand-Rue
L-8501 REDANGE-SUR-ATTERT
c9083/98
24/10/1998 - 23/10/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles électriques

ERANG S.à r.l.

21, rue Schiller
L-3562 DUDELANGE
c9060/98
01/09/1998 - 31/08/1999
cessation complète de l'activité commerciale
chaussures et accessoires, articles de toilette

FAARWEGESCHAEFT KAELDALL S.à r.l.

82, route de Tétange
L-3672 KAYL
c9086/98
05/11/1998 - 04/11/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de peinture et de décoration

FANTASY BAZAAR S.à r.l.

35, rue du X Septembre
L-4320 ESCH-SUR-ALZETTE
c9078/98
25/09/1998 - 24/09/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de librairie, journaux, périodiques et jouets

FELTEN Marie-Louise

Rue de la Gare
L-6117 JUNGLINSTER
c9034/98
15/05/1998 - 14/05/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de confection, accessoires de mode assortis, articles de mercerie-lingerie-chemiserie

FINK Madeleine

18, rue F.D. Roosevelt
L-4483 SOLEUVRE
c9064/98
07/08/1998 - 06/08/1999
cessation complète de l'activité commerciale
articles de librairie-papeterie, articles scolaires, articles de maroquinerie et de bimboloterie, articles en céramique

**GOERGEN
Marie-Thérèse**

3, rue du Pont
L-5559 REMICHI
c9105/98
01/02/1999 - 31/01/2000
cessation complète de l'activité
commerciale-meubles

GUELUX S.A.

86, rue de l'Alzette
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE
c9066/98
17/08/1998 - 16/08/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de confection

**HERZIG
INTERNATIONAL S.à r.l.**

20, rue Philippe II
L-2340 LUXEMBOURG
c9111/98
02/01/1999 - 01/04/1999
déménagement: 32, chemin
vert, L-3878 Schifflange
perruques et articles pour coif-
feurs, articles de fausse-bijoute-
rie et articles de toilette

INCOGNITO S.à r.l.

47, avenue de la Gare
L-1611 LUXEMBOURG
c9097/98
27/11/1998 - 26/11/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de confection et acces-
soires de mode y relatifs, ar-
ticles de lingerie et articles de
chemiserie

KIEFFER René

1, rue Prince Henri
L-9047 ETTTELBRUCK
c9118/98
01/02/1999 - 30/04/1999
déménagement
articles de confection et acces-
soires, articles de chapellerie,
articles de chemiserie, tissus et
articles de literie

KRAEMER Monique

29, rue de Stavelot
L-9280 DIEKIRCH
c9072/98
09/09/1998 - 08/09/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de confection et acces-
soires de mode; articles de
chapellerie

KUGENER Margot

16, rue St. Antoine
L-9203 DIEKIRCH
c9106/98
02/01/1999 - 01/04/1999
déménagement: 4, rue Brabant,
L-9213 Diekirch
articles de librairie-papeterie,
journaux et périodiques

LIPPIS Antoine

36-38, Grand-Rue
L-1660 LUXEMBOURG
c9062/98
17/08/1998 - 16/08/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de mercerie-bonneterie-
lingerie, vêtements de cérémo-
nie, articles de confection, de
chemiserie et de sport

MARTELING Alice

11, rue du Cimetière
L-1338 LUXEMBOURG
c9117/98
15/01/1999 - 14/04/1999
déménagement: Weihergewann
Contern
articles d'ameublement

MARX Claude

25A, rue Philippe II
L-2340 LUXEMBOURG
c9098/98
05/01/1998 - 04/04/1999
déménagement: 53, avenue de
la Gare, Esch-sur-Alzette
articles de mercerie-bonneterie,
lingerie et dentelles

**MEHRABKHANI
Farahmand**

6, boulevard de Verdun
L-2670 LUXEMBOURG
c9081/98
20/10/1998 - 19/10/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
tapis

MERGEN Fernand

20, rue Joseph Hansen
L-1716 LUXEMBOURG
c9057/98
08/08/1998 - 07/08/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles photographiques

MEYERS Paul

21, porte des Ardennes
L-9145 ERPELDANGE
c9076/98
02/01/1999 - 31/03/1999
transformation immobilière
articles de chasse, vêtements
de chasse et aliments pour
animaux

**MONOPOL GALERIE 45
S.à r.l.**

45, avenue de la Gare
L-1611 LUXEMBOURG
c9047/98
11/06/1998 - 10/09/1999
dégâts graves occasionnés par
un sinistre
articles de confection et
accessoires, articles de sport

**NEW TAPIS REVE
D'ORIENT S.A.**

26B, boulevard Royal
L-2449 LUXEMBOURG
c9056/98
22/07/1998 - 21/07/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
tapis, articles d'artisanat, d'art et
de décoration pour intérieurs

NOCES D'OR S.à r.l.

48, avenue de la Gare
L-1610 LUXEMBOURG
c9043/98
19/05/1998 - 18/05/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de fausse-bijouterie et
de chapellerie, chaussures, ar-
ticles textiles et articles d'ha-
billement

PRESTIGE DE L'ART S.A.

4, Grand-Rue
L-1660 LUXEMBOURG
c9055/98
10/07/1998 - 09/07/1999
cessation complète de l'activité
commerciale galerie d'art

RODENBOUR Wilma

43, rue du Canal
L-4050 ESCH-SUR-ALZETTE
c9019/98
31/03/1998 - 30/03/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
commerce d'animaux domes-
tiques, articles, accessoires et
aliments pour animaux, articles
et accessoires de pêche

RUBINO S.A.

80, route de Longwy
L-8060 BERTRANGE
c9116/98
05/01/1999 - 04/04/1999
déménagement: 8, route d'Ar-
lon, L-8010 Strassen
articles textiles

SADLER Jean

45, avenue G.D. Charlotte
L-3441 DUDELANGE
c9025/98
04/04/1998 - 03/04/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de bijouterie-horlogerie,
articles d'optique, articles de
bimbeloterie et d'orfèvrerie, cris-
taux, art. en porcelaine

SANTINI Elvira

54, rue de Strasbourg
L-2560 LUXEMBOURG
c9051/98
11/07/1998 - 10/07/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles électriques, articles
électro-ménagers, outillage, us-
tensiles de ménage, gaz butane,
appareils à gaz etc.

SCHOMER Myriam

19, avenue Dr. Gaasch
L-4818 RODANGE
c9017/98
14/03/1998 - 13/03/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de la branche de
fleuriste

SISTERMANN Rodolphe

1, rue de Bonnevoie
L-1260 LUXEMBOURG
c9029/98
09/04/1998 - 08/04/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
métaux précieux, articles de
bijouterie et d'horlogerie ainsi
que de bibelots

**TEC, TECHNICS,
ENGINEERING &
KNOW HOW**

Centre Neuberg, Grand-Rue
LUXEMBOURG
c9075/98
17/10/1998 - 16/10/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles textiles et en cuir

THIEL Marie-Josée

97, rue de l'Alzette
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE
c9065/98
12/08/1998 - 11/08/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
articles de literie, confection et
jouets pour enfants

**THILL-FUSENIG
Marie-Claire**

63, rue Tattenberg
L-3569 DUDELANGE
c9037/98
29/04/1998 - 28/04/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
aliments pour chats, chiens et
oiseaux

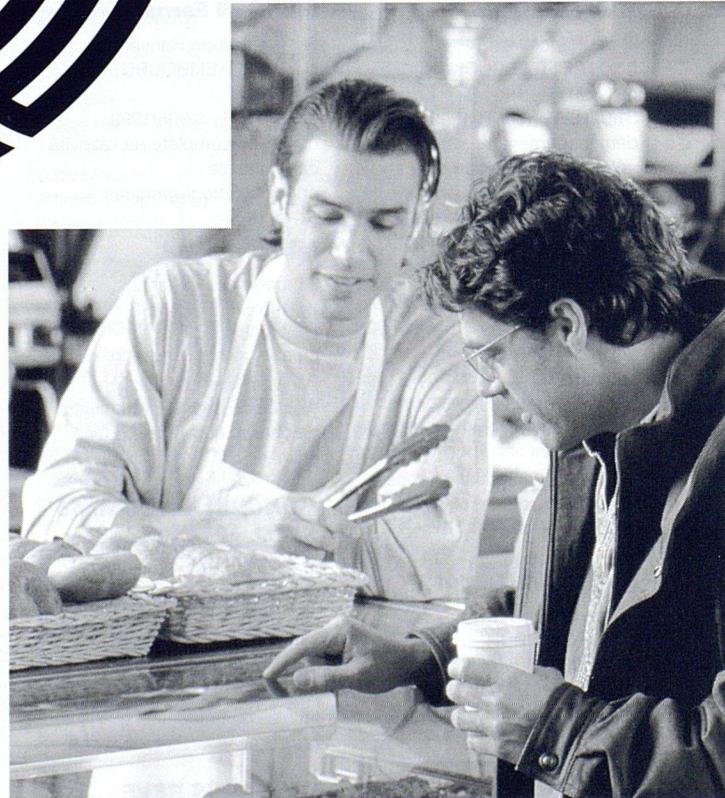
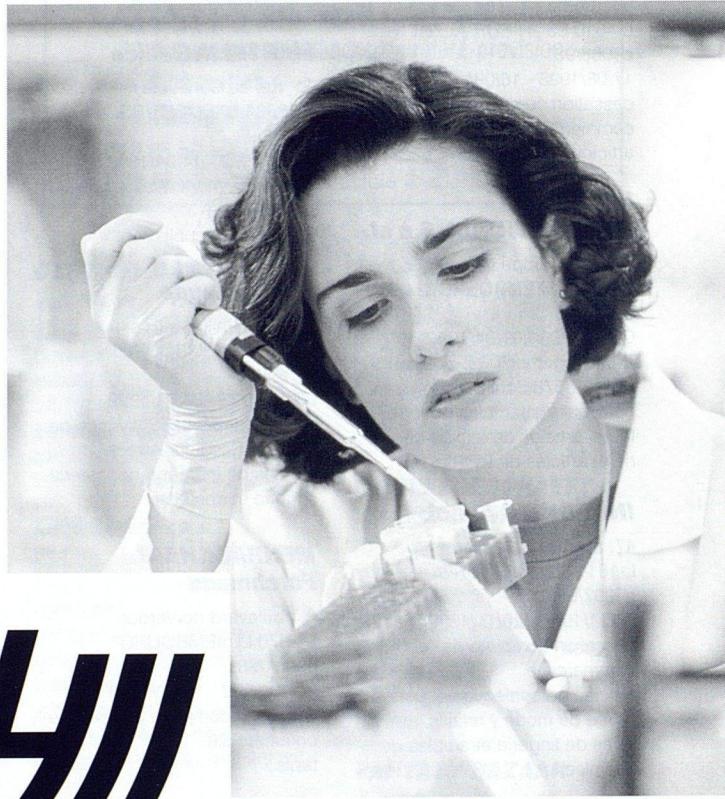
WEEKEND S.à r.l.

56, Grand-Rue
L-1660 LUXEMBOURG
c9113/98
02/01/1999 - 01/04/1999
déménagement: 58, Grand-Rue,
L-1660 Luxembourg
articles de confection, de
bonneterie, articles textiles et
accessoires y relatifs

WOLLBUTTEK II S.à r.l.

12, rue Guillaume
L-9046 ETTTELBRUCK
c9070/98
18/08/1998 - 17/08/1999
cessation complète de l'activité
commerciale
laines, accessoires de tricotage
et articles tricotés; articles de
lingerie, articles de mercerie,
articles textiles

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

Le cinquième programme-cadre de recherche, de développement technologique et de démonstration de l'Union européenne (5^e PCRD) 1998-2002

A la suite de la réunion de conciliation du 17 novembre 1998, le 5^e PCRD a été formellement adopté par le Parlement, le 14 décembre, et par le Conseil, le 22 décembre 1998. Le 5^e PCRD poursuit l'objectif de mettre la recherche européenne au service du citoyen et inscrire la compétitivité de l'Europe dans le cadre mondial.

Il se caractérise par une concentration accrue sur un nombre limité de priorités. Son enveloppe financière, combinée avec les 1,260 million d'euros alloués au programme Euratom, a été portée à 14,96 milliards d'euros, ce qui représente une augmentation de 4,6% par rapport au programme précédent.

La Commission a d'ores et déjà pris des mesures pour que le nouveau programme-cadre puisse démarrer rapidement. Elle a nommé les membres des nouveaux groupes consultatifs requis par la législation. Elle a également publié un appel à candidatures en vue de la constitution d'une liste d'experts pour les panels d'évaluation chargés d'examiner les offres soumises en vue d'obtenir un financement.

Le nouveau programme-cadre s'articule autour de quatre programmes thématiques et trois programmes horizontaux. Les programmes thématiques et horizontaux sont à la fois complémentaires et liés.

Programmes thématiques

- qualité de la vie et gestion des ressources du vivant
- société de l'information conviviale
- croissance compétitive et durable
- énergie, environnement et développement durable

Programmes horizontaux

- affirmer le rôle international de la recherche européenne
- promouvoir l'innovation et encourager la participation des PME
- accroître le potentiel humain de recherche et la base de connaissance socio-économique.

Afin de fournir une information complète sur les nouveaux programmes qui composent le PCRD, Luxinnovation organisera, en collaboration avec la

Commission européenne et sous le patronage du Gouvernement luxembourgeois, une conférence nationale. Cette manifestation qui a pour thème central «Comment accéder aux nouveaux programmes pour la recherche et l'innovation financés par l'Union européenne», se tiendra le 8 mars 1999 à Luxembourg dans les locaux de la Chambre de Commerce, Luxembourg-Kirchberg. Pour toute information: Luxinnovation, M. Gilles Schlessler, 7, Rue Alcide de Gasperi, L-1615 Luxembourg, Tel.: 43 62 63-1, Fax: 43 81 20

Appel à candidatures

Prix européen IST 1999

Le prestigieux Prix des technologies de la Société de l'information est organisé conjointement par le programme IST de la Commission européenne et le Conseil européen des Sciences appliquées et de l'ingénierie – Euro-Case. Le montant total des prix distribués est de 725.000 euros.

Lancé il y a cinq ans, le prix européen IST est reconnu comme la meilleure distinction pour les produits les plus innovants dans le domaine des technologies de la société de l'information. Les prix sont donnés aux équipes qui contribuent le mieux à générer et à convertir des idées innovantes en produits à fort potentiel de développement sur le marché. Les produits doivent être un prototype de démonstration ou avoir été commercialisés après le 1^{er} juin 1997.

Ce concours est distingué par son excellence, son objectivité et son application immédiate aux besoins de l'industrie, du commerce et de la société en général.

Vingt-cinq lauréats recevront chacun un prix de 5.000 euros et exposeront leurs produits à la conférence européenne des technologies de la société de l'information (IST 99) à Helsinki du 22-24 novembre 1999.

Le jury exécutif du Prix IST 1999, composé de personnalités indépendantes, sélectionnera parmi ces vingt-cinq lauréats, trois Grand Prix qui recevront chacun 200.000 euros et le trophée IST 1999.

La cérémonie de remise des prix se déroulera lors de la conférence européenne des technologies de la société de l'information (IST 99) à Helsinki

La date limite de dépôt des candidatures est le 18 mai 1999. Elles doivent être adressées par courrier à Euro-Case – 28, Rue Saint Dominique – F-75007 PARIS

Pour toute information: www.it-prize.org.

Le bail commercial

La majorité des personnes souhaitant s'établir à leur propre compte, mais aussi bon nombre de commerçants d'ores et déjà établis, n'ont pas les moyens financiers ou alors ne désirent pas, pour l'une ou l'autre raison, être propriétaire des locaux dans lesquels ils exercent leur activité. Ils préfèrent donc prendre en bail les locaux commerciaux qu'ils occupent.

La matière des baux commerciaux est régie par le droit commun des contrats en général, ainsi que par des dispositions disparates, plus spécifiques, qui se retrouvent dans le Code civil (art. 1762-2 à 1762-7 introduites par un arrêté grand-ducal du 31 octobre 1936), la loi du 14 février 1955 sur les baux à loyer (art. 17) ainsi que dans le Code fiscal.

La trame à suivre consistera à décrire en un premier temps le contrat de bail commercial avant de présenter plus en détail quelques clauses et dispositions spécifiques au contrat de bail commercial.

Il y a tout d'abord lieu à déterminer si l'on est en présence d'un contrat de bail commercial ou non.

1. L'existence d'un contrat de bail commercial

L'article 17 de la loi modifiée du 14 février 1955 définit le contrat de bail commercial comme étant celui qui a pour objet des locaux à usage commercial ou industriel.

Sont à considérer comme locaux à usage commercial ou industriel les immeubles ou parties d'immeubles:

- dont le bail prévoit expressément pareille affectation; à titre d'exemple, le fait d'employer dans le contrat de bail le terme de «magasin» est a priori suffisant pour constituer l'affectation commerciale des lieux loués;
- destinés par leur nature à l'exercice d'un commerce ou d'une industrie; il y a lieu de préciser que la loi parle ici bien d'activités commerciales ou industrielles, et non de l'activité d'une association, d'un syndicat ou de profession libérale. Ainsi, l'exploitation d'un hôtel constitue une activité commerciale, tandis que la location de chambres meublées n'est pas une exploitation commerciale;
- dans lesquels une telle activité (commerciale ou industrielle) est exercée à titre principal.

2. L'enregistrement

2.1. Utilité de l'enregistrement

Il y a lieu de relever que l'enregistrement des contrats de baux commerciaux, comme d'ailleurs celui de tous les contrats de bail à loyer, est obligatoire (Code fiscal vol. 5, Chap. III, § 1).

L'enregistrement permet de conférer une date certaine à un acte juridique et, par là, de le rendre opposable aux tiers (article 1328 du Code civil). Les avantages d'un enregistrement du bail (autre bien sûr le fait qu'il s'agit d'une obligation imposée par la loi) se font remarquer essentiellement dans le cadre d'une cession de l'immeuble. Il faut entendre la notion de cession sous son acception large signifiant notamment vente, donation ou apport en société. Au contraire, dans le cadre de la transmission d'un immeuble au titre d'une succession ouverte suite au décès du propriétaire, le contrat de bail pourra être opposé aux héritiers, alors que la mort d'un des cocontractants confère la date certaine au contrat au même titre que l'enregistrement (article 1328 du Code civil).

En cas de cession, il y a lieu de distinguer suivant que le contrat de bail contient ou non une clause d'expulsion.

• Bail contenant une clause d'expulsion

Au cas où l'on est en présence d'un bail enregistré, le nouvel acquéreur de l'immeuble devra respecter un préavis d'usage qui, en pratique, est fixé généralement à 6 mois. Additionnellement, il devra payer une indemnité dont le montant est fixé à la somme des loyers entre la date du congé donné au locataire et sa sortie effective des lieux.

Il en est autrement lorsque le bail n'a pas été enregistré. Dans ce cas il ne sera pas opposable à l'acquéreur et une expulsion sera possible sans que celui-ci n'ait à respecter un préavis ou ne coure le risque de devoir payer des dommages-intérêts.

• Bail ne contenant pas de clause d'expulsion

Un contrat de bail enregistré protégera le locataire contre l'expulsion poursuivie par l'acquéreur, alors qu'un bail non enregistré l'exposera au gré du nouveau propriétaire.

Il résulte de ces constatations que le locataire aura toujours un intérêt à faire enregistrer son contrat de bail.

Remarquons encore qu'il faut qu'il y ait date certaine; la simple connaissance par le nouvel acquéreur de l'existence du bail ne suffit pas à protéger le locataire contre un déguerpissement éventuel (CSJ 5 février 1904, P. 7, p.3).

Par contre, même un contrat de bail enregistré tardivement, c'est-à-dire en dehors du délai de trois mois décrit ci-après, mais antérieurement à l'enregistrement de l'acte de cession, confèrera toute la protection au locataire.

Finalement, dans certaines circonstances, le locataire dispose encore d'autres moyens pour se défendre en cas de demande en déguerpissement de la part de l'acquéreur. Ainsi, au cas où le nouvel acquéreur se serait engagé aux termes d'une clause du contrat de vente envers l'ancien propriétaire à reconnaître l'existence du contrat de bail existant entre ce-

lui-ci et le locataire et à le respecter, le locataire ne saurait faire l'objet d'une demande en déguerpissement.

Une deuxième possibilité consiste à se procurer le bénéfice d'une clause de préemption dans le contrat de bail. De cette façon, hormis le cas de la donation, le locataire se trouvera averti en temps utile des projets de cession de son bailleur et pourra agir en conséquence. Précisons à cet égard que le droit de préemption prévu par l'article 15 alinéa 2 de la loi du 14 février 1955 ne s'applique que dans le cadre d'une location d'un immeuble aux fins d'habitation.

Un troisième cas de figure qui pourrait se présenter est celui dans lequel le nouvel acquéreur a accepté le paiement de loyers par le locataire sans émettre de contestations. Dans une telle hypothèse, le locataire pourra se prévaloir d'un contrat de bail verbal conclu entre lui-même et le nouvel acquéreur.

2.2. Modalités de l'enregistrement

Nous présenterons dans ce paragraphe les modalités exactes de l'enregistrement. A ce sujet, différentes questions peuvent se poser.

- *Qui doit enregistrer?*

Le Code fiscal prévoit que «*les droits des actes à enregistrer seront acquittés (...) par les parties, pour les actes sous signature privée (...)*» (Code fiscal vol.

5; Chap. IV, §2). Par ailleurs, «*les droits des actes civils et judiciaires, emportant obligation, libération ou translation de propriété ou d'usufruit de meubles ou immeubles, seront supportés par les débiteurs et nouveaux possesseurs; et ceux de tous les autres actes le seront par les parties auxquelles les actes profiteront, lorsque, dans ces divers cas, il n'y aura pas été stipulé de dispositions contraires dans les actes*» (Code fiscal vol. 5; Chap. IV, § 3).

En pratique, l'enregistrement profite principalement au locataire. C'est donc lui qui a le plus grand intérêt à faire enregistrer le contrat de bail.

Le bailleur, sous certaines conditions, peut encourir une responsabilité en cas d'expulsion du locataire. L'ancien propriétaire ne pourrait se prévaloir du non-enregistrement du contrat de bail par le locataire pour décliner sa responsabilité, étant donné qu'il n'est pas le créancier de l'obligation légale d'enregistrement des contrats de bail (T.A. Lux. 3 novembre 1956, P. 17, p. 167).

- *Taux et assiette*

L'enregistrement du contrat de bail donne lieu au paiement d'un droit d'enregistrement proportionnel à hauteur de 0,6% sur les loyers cumulés de la durée du contrat de bail. Pour la liquidation et le paiement du droit, les baux conclus pour 3 ou 6 ans seront assimilés aux baux de 9 ans. Voici quelques exemples pratiques de calcul:

bail de 3-6-9 ans	enregistrement sur 9 ans
bail de 3 ans	enregistrement sur 3 ans
bail de x ans avec une période de tacite reconduction de y années	enregistrement sur x + y ans (p.ex. 3 ans et tacite reconduction d'année en année: enregistrement sur 4 ans)

Pour les baux commerciaux d'une durée de plus de 9 ans, la transcription du bail au bureau de la conservation des hypothèques dès le début est obligatoire (Vol. 5a, titre 5, chap. VIII, p. 1/loi du 25 septembre 1905, art. 1^{er}) et indispensable afin de le rendre opposable aux tiers; le simple enregistrement ne suffit pas.

- *Quand est-ce que l'enregistrement doit-il se faire?*

Les contrats de bail sont obligatoirement enregistrables dans un délai de 3 mois à partir de leur date (Code fiscal, Chap. III, Section 2, § 5). La sanction prévue par le législateur en cas de non-enregistrement ou d'enregistrement tardif des actes sous seing privé est celle de l'application du double droit d'enregistrement. Comme on vient de le dire plus haut, le contrat de bail pourra être enregistré à tout moment, afin de lui conférer date certaine et de pouvoir l'opposer à l'acquéreur, mais au prix du double droit d'enregistrement.

Nous aimerions insister sur un point intéressant à cet endroit. Afin de pouvoir être efficacement opposé à l'acquéreur, le contrat de bail doit obligatoirement être enregistré avant l'enregistrement du contrat de cession. L'enregistrement du contrat de bail pourra ainsi se situer postérieurement au contrat de cession de lui-même (p. ex. compromis de vente), pour autant que cet enregistrement soit antérieur à celui de l'acte de cession. Ceci peut surprendre à première vue, alors que d'un point de vue du droit civil, c'est cet acte qui opère le transfert de propriété. Néanmoins, la justification de cette solution est aisément compréhensible – tout comme le contrat de bail ne peut être opposé à l'acquéreur sans avoir de date certaine, de même le contrat de vente ne peut être opposé au locataire sans avoir acquis date certaine.

- *Où est-ce que l'enregistrement doit-il se faire?*

L'enregistrement du contrat de bail ne doit pas nécessairement se faire au bureau du lieu de situation

de l'immeuble, mais peut indistinctement se faire dans tous les bureaux d'enregistrement (Code fiscal vol. 5, Chap. III, Section III).

- *L'option pour le régime de la TVA*

Le bailleur peut, sous certaines conditions et en vertu de l'article 45 de la loi sur la TVA, opter pour l'application du régime de la TVA aux opérations de bail à loyer, qui en vertu de l'article 44 de la loi sur la TVA sont exonérées de la TVA.

Les relations entre droits d'enregistrement et TVA sont régies, entre autres, par le principe du non-cumul des droits d'enregistrement avec la TVA. Ce principe a été introduit en droit fiscal luxembourgeois par une loi du 24 décembre 1969, insérant un nouveau paragraphe XIII dans l'article 37 de la loi du 7 août 1920 sur l'enregistrement. Dès lors, un bail soumis au régime de la TVA ne serait pas enregistré au droit proportionnel.

Toutefois, cette règle ne trouve à s'appliquer que si différentes conditions sont remplies:

- ⇒ il faut qu'il y ait «mutation de biens et droits mobiliers»;
- ⇒ il doit y avoir «exigibilité effective de la taxe».

Le tribunal d'arrondissement de Luxembourg a, par une décision du 9 décembre 1992 (jugt. civ. 805/92, no. 40693 du rôle), décidé que la règle du non-cumul était à appliquer aux contrats de bail en cas d'option pour l'application du régime de la TVA aux loyers perçus. Alors que normalement le contrat de bail est soumis à un droit d'enregistrement proportionnel, le droit fixe de 500 francs est de rigueur si le bail a été soumis au régime de la TVA. A présent, comme il faut avoir la preuve que le bail a été admis au régime de la TVA, l'Administration de l'Enregistrement retourne la déclaration d'option pour la TVA au bailleur (lorsqu'il a été admis à ce régime) et lui demande d'enregistrer le contrat de bail (au droit fixe). Le bailleur n'aura par après plus qu'à communiquer les détails de l'enregistrement à l'Administration.

Pour pouvoir opter pour le régime de la TVA, le preneur doit être assujéti à la TVA et l'immeuble doit principalement être utilisé pour des opérations donnant droit à récupération de la TVA. Ainsi la location à des banques et assurances ne peut généralement pas être soumise à la TVA. En cas d'option pour la TVA le bailleur deviendra assujéti à la TVA pour l'opération de la location. Le bailleur peut être un particulier qui demande son immatriculation à la TVA (numéro de TVA); il peut alors récupérer la TVA sur les réparations faites à l'immeuble donné à location.

3. La charge des réparations

La question de savoir à qui incombent les réparations et travaux à faire pendant la durée du bail suscite souvent de vives discussions. Le problème est essentiellement régi par les articles 606, 1719 (2^o), 1720 et 1754 à 1756 du Code civil.

L'article 606 définit les grosses réparations, qui sont «*celles des gros murs et des voûtes, le rétablissement des poutres et des couvertures entières*», le rétablissement «*des digues et des murs de soutènement et de clôture, aussi en entier. Toutes les autres réparations sont celles d'entretien*».

L'article 1719 (2^o) à son tour met à charge du bailleur l'obligation d'entretenir la chose louée en état de servir à l'usage pour laquelle elle a été louée. Cette prescription est corroborée par le deuxième alinéa de l'article 1720, qui impose au bailleur de faire «*pendant la durée du bail, toutes les réparations qui peuvent devenir nécessaires, autres que les locatives*».

Aux termes de l'article 1754, «*les réparations locatives ou de menu entretien dont le locataire est tenu, s'il n'y a clause contraire, sont celles désignées comme telles par l'usage des lieux, et entre autres, les réparations à faire: aux âtres, contre-coeurs, chambranles et tablettes des cheminées, au recrépiment du bas des murailles des appartements et autres lieux d'habitation, à la hauteur d'un mètre; aux pavés et carreaux des chambres, lorsqu'il y en a seulement quelques uns de cassés; aux vitres, à moins qu'elles ne soient cassées par la grêle, ou autres accidents extraordinaires et de force majeure, dont le locataire ne peut être tenu; aux portes, croisées, planches de cloison ou de fermeture de boutiques, gonds, targettes et serrures*».

L'article 1755 postule qu'«*aucune des réparations réputées locatives n'est à la charge des locataires, quand elles ne sont occasionnées que par vétusté ou force majeure*».

Remarquons enfin, pour ceux qui s'en trouvent concernés, que «*le curement des puits et celui des fossés d'aisance sont à la charge du bailleur, s'il n'y a clause contraire*» (article 1756).

Par ailleurs, aux termes de l'article 1724 du Code civil, le locataire doit souffrir les réparations urgentes sans pouvoir prétendre à une diminution de loyer, sauf si ces travaux excèdent la durée de 40 jours.

De l'ensemble de ces articles, il se dégage le principe que les grosses réparations et celles d'entretien sont à charge du bailleur, alors que les réparations dites locatives incombent au locataire. Ainsi sont à la charge du bailleur les travaux suivants:

- peinture et apposition de papiers de teinture en cas d'usure normale (T.A. Lux. 7 novembre 1991);
- maintenance et réparation des raccordements (eau, gaz, électricité,...) (J.P. Diekirch 18 novembre 1986);
- entretien du système de chauffage (T.A. Lux. 8 mai 1992);
- revêtements du sol abîmés par un usage normal (T.A. Lux. 7 novembre 1991),
- gros-oeuvres, toiture etc.;
- dommages engendrés par un cas de force majeure (inondation, tempête, grêle,...) (T.A. Lux. 30 mai 1991);

- réparations devenues nécessaires pour cause de vétusté.

La jurisprudence a également mis à la charge du bailleur des réparations ou remises en état rendues obligatoires par des dispositions de sécurité lorsque leur défaut peut être sanctionné par une administration de l'Etat, comme par exemple le retrait de l'autorisation de faire le commerce, la mise hors service de l'ascenseur,... (T.A. Lux. 7 janvier 1988; T.A. Lux. 12 mars 1987).

Il reste bien sûr loisible aux parties de fixer l'étendue de leurs obligations en matière de réparations de façon détaillée dans le contrat.

4. L'interdiction de céder ou de sous-louer le bail

Souvent les contrats de baux commerciaux contiennent une clause aux termes de laquelle une cession ou sous-location du contrat de bail est interdite.

L'article 1762-3 du Code civil prévoit que la cession ou sous-location du bail commercial reste possible malgré l'existence d'une telle clause lorsque la cession ou sous-location se fait ensemble avec la cession du fonds de commerce et lorsqu'un commerce identique reste établi.

Le bailleur ne peut refuser le projet de cession dans un délai de 30 jours et uniquement pour de justes motifs (congé anticipé, couverture insuffisante d'assurance-incendie, loyers non payés à leur échéance, refus d'un tiers d'accorder un prêt au cessionnaire...).

En cas de refus, le locataire dispose d'un délai de 8 jours pour se porter en justice contre le refus du bailleur. Ni le cessionnaire, ni le sous-locataire ne peuvent se prévaloir de ce droit.

Toutefois l'interdiction de céder ou de sous-louer le bail reste valable lorsque le bailleur s'est réservé une partie de l'immeuble pour y habiter lui-même ou y faire habiter sa famille.

Le cédant demeurera tenu, à titre de caution solidaire du cessionnaire ou sous-locataire, de toutes les obligations dérivant du bail.

Par ailleurs, le bail commercial fait partie du fonds de commerce dont la mise en gage se trouve réglementée par un arrêté grand-ducal du 27 mai 1937 et qui dispose dans son article 14 que «*la clause d'interdiction de cession du bail n'est pas opposable au créancier gagiste ou à ses ayants droit continuant dans l'immeuble loué le même commerce et le garnissant de meubles suffisants*».

5. Le renouvellement préférentiel du bail

Le locataire a un droit au renouvellement préférentiel du bail au cas où celui-ci vient à échéance à

condition qu'il se trouve entre la 3^e et la 15^e année de location. Les parties ne peuvent pas déroger par le contrat de bail au droit de renouvellement préférentiel.

La demande en renouvellement doit être notifiée au bailleur au moins 6 mois avant l'expiration du bail. Le bailleur dispose d'un délai de 3 mois pour donner son avis, y relatif.

Le bail ne sera cependant pas automatiquement renouvelé aux mêmes conditions puisque les parties devront se mettre d'accord sur le loyer. A défaut d'accord, il sera déterminé par un ou trois experts choisis par les parties ou désignés par le président du tribunal d'arrondissement.

Le bailleur peut évincer le locataire, c'est-à-dire mettre en échec le droit au renouvellement préférentiel, lorsqu'il peut faire valoir une offre sincère et réelle supérieure faite par un tiers. En cas d'offre non sincère ou non réelle, le locataire pourra agir pendant un délai de trois ans à partir du renouvellement du bail en vue d'obtenir des dommages-intérêts.

Le bailleur pourra par ailleurs s'opposer à l'exercice du droit de renouvellement dans les cas suivants:

- * griefs légitimes: retard persistant dans le paiement du loyer; manque d'entretien de l'immeuble; travaux non autorisés...;
- * occupation personnelle, réelle et sérieuse par le propriétaire ou ses descendants;
- * désaffectation projetée de l'immeuble de toute exploitation commerciale;
- * reconstruction ou transformation (gros oeuvres: parties maîtresses et infrastructure).

6. Le sursis commercial

• Condition

La condition essentielle pour que le locataire puisse bénéficier d'un sursis est l'existence entre parties d'un bail venant normalement à expiration. Il ne faut donc pas que le contrat de bail ait pris fin au terme d'une procédure judiciaire (jugement prononçant la résiliation) ou que le locataire ait été expulsé.

• Durée du sursis

La durée du sursis ne pourra excéder 6 mois. Il est renouvelable une seule fois pour une nouvelle période maximale de 6 mois.

• Où le locataire doit-il s'adresser?

Le locataire devra faire la demande de sursis au greffe de la justice de paix du lieu de situation de l'immeuble.

• Délai d'introduction de la demande

En ce qui concerne le délai endéans duquel la demande de sursis est à introduire auprès du greffe

sous peine de déchéance, il y a lieu de distinguer suivant que le préavis prévu par le contrat de bail est supérieur ou inférieur à 2 mois.

Dans le premier cas, la demande devra être présentée au plus tard 2 mois avant l'expiration du bail ou avant l'expiration du premier sursis accordé.

Dans la deuxième hypothèse, c-à-d. en présence d'un préavis inférieur ou égal à 2 mois, la demande devra se faire dans les 8 jours de la notification du congé (respectivement au plus tard 8 jours avant l'expiration du premier sursis si celui-ci était inférieur ou égal à 2 mois).

En cas d'absence de délai de préavis prévu, un délai d'usage de 6 mois est applicable.

• Possibilité de rejet de la demande

Le bailleur aura toujours la possibilité d'obtenir le rejet de la demande en sursis en cas de besoin personnel (exploitation par le bailleur lui-même ou par

ses descendants) ou pour d'autres motifs graves et légitimes (p. ex. transformation pour obtenir un meilleur rendement etc.).

7. La clause résolutoire expresse

Aux termes de l'article 1762-2 du Code civil, la clause résolutoire expresse reste soumise à l'appréciation du juge.

Conclusion

On peut constater que le législateur a institué en matière de baux commerciaux un certain nombre de dérogations par rapport au droit commun, dérogations ayant essentiellement pour raison d'être les intérêts des milieux commerciaux. Il n'en demeure pas moins qu'il échet de constater que dans l'ensemble, cette matière, en dépit de son importance vitale et primordiale pour le secteur mercantile, ne se trouve réglementée que par quelques dispositions légales expresses.

Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce

Nous reproduisons à cet endroit les projets de loi et projets de règlement grand-ducaux dont la Chambre de Commerce a été saisie pour avis. Une copie intégrale des projets de loi et projets de règlement sous rubrique peut être obtenue au tél.: 42 39 39-352 (Mlle Liette Molitor)

Ministère des Transports

Avant-projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 21 décembre 1991 sur le mode d'attribution des numéros d'immatriculation et d'identité des véhicules. (2187FMA)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 29 mai 1998 portant fixation des conditions de sécurité relatives à l'exploitation des menues embarcations sur les cours d'eau. (2198FMA)

Ministère de l'Intérieur

Projet de règlement grand-ducal fixant les conditions minimales requises en rapport avec le transport de malades en ambulance en dehors du service ambulancier public.

Projet de règlement grand-ducal fixant les modalités d'exécution du chapitre 5.- Du congé spécial des volontaires des services de secours de la loi du... portant création d'une administration des services de secours. (2197FMA)

Ministère de la Sécurité sociale

Proposition de loi (Ferny Nicklaus-Faber) relative aux conjoints aidants. (2194TCA)

Projet d'amendement gouvernemental au projet de loi no 4429 ayant pour objet de modifier le Code des assurances sociales. (2196TCA)

Ministère de la Santé

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 30 juillet 1994 relatif aux produits cosmétiques. (2195FMC)

Ministère des Classes Moyennes

Projet de règlement grand-ducal portant fixation des modalités de fonctionnement de la commission consultative ayant pour objet d'aviser les demandes de vente sous forme de liquidation sur la base de l'article 8 point 1 de la loi du 27 novembre 1986, réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, telle qu'elle a été modifiée par la loi du 14 mai 1992. (2193FMI)

Ministère de l'Environnement

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 23 mai 1993

- relatif aux piles et accumulateurs contenant certaines matières dangereuses
- portant modification de l'annexe 1 de la loi du 11 mars 1981 portant réglementation de la mise sur le marché et de l'emploi de certaines substances et préparations dangereuses. (2192TTO)

Ministère de l'Education nationale et de la Formation professionnelle

Avant projet de règlement grand-ducal déterminant

- a) les modalités du semestre de pratique professionnelle des étudiants ingénieurs industriels
- b) le contenu du contrat de pratique professionnelle en entreprise ainsi que le montant de l'aide particulière à verser aux entreprises accueillant un étudiant ainsi que le contrat - type à annexer au règlement grand-ducal susvisé. (2191KCA)

Ministère du Travail et de l'Emploi

Projet de loi concernant l'institution d'un comité d'entreprise européen ou d'une procédure dans les entreprises de dimension communautaire et les groupes d'entreprises de dimension communautaire en vue d'informer et de consulter les travailleurs. (2190FMI)

Ministère de l'Energie

Projet de règlement grand-ducal relatif aux installations de combustion alimentées en gaz. (2188TTO)

Projet de loi portant transposition de la directive 96/92/CE concernant des règles communes pour le marché intérieur de l'électricité et portant modification de la loi du 21 mars 1997 sur les télécommunications et portant modification de la loi du 5 août 1993 concernant l'utilisation rationnelle de l'énergie. (2189TCA)

Ministère de l'Economie

Projet de règlement grand-ducal portant actualisation de la pondération de l'indice des prix à la consommation. (2185TCA)

Projet de loi relative au stockage des produits pétroliers. (2186TCA)

Premier bilan de l'évolution économique en 1998

Le Statec vient de publier la Note de conjoncture No 4-98, qui permet de dresser un premier bilan de l'évolution macro-économique en 1998. D'après les estimations du Statec, la croissance du Produit intérieur brut (PIB) aurait été de quelque 5,5% en volume en 1998. L'année 1998 constitue ainsi l'une des meilleures de cette décennie, avec, entre autres, un recul du chômage et une inflation quasiment inexistante.

La conjoncture a été tirée par la demande extérieure, certes, mais aussi par une demande intérieure, favorisée par une politique budgétaire expansionniste (investissements publics, réduction de la pression fiscale).

En 1998, la hausse des prix à la consommation a été de 1,0%, tandis que l'inflation sous-jacente est notée à 1,4%. Rappelons que ce dernier concept élimine certains biens (parmi lesquels les produits pétroliers) dont les variations de prix sont plus «erratiques».

La conjoncture très favorable s'est traduite par une hausse de l'emploi salarié intérieur de 4,5%, grâce à laquelle le chômage a diminué pour la première fois depuis 1990 en moyenne annuelle (taux de chômage de 3,1%, contre 3,3% en 1997, hors mises au travail et mesures de formation).

La publication est disponible au Statec (b.p 304, L-2013 Luxembourg), tél.: 478-42 68 / fax 46 42 89, E-mail: statec.post@statec.etat.lu au prix de 120.- LUF.

Emploi salarié

Hausse de 4,6% durant les 9 premiers mois de 1998

En comparant le nombre moyen de salariés occupés sur le territoire du Grand-Duché entre janvier et septembre en 1998 avec celui de l'année d'avant, une progression de 4.6% peut être observée. Fin septembre 1998 ils sont 223 241, soit 4.8% de plus qu'à la même date en 1997.

Rappelons que ces chiffres qui incluent les frontaliers mais excluent les fonctionnaires internationaux se basent sur les affiliations à la Sécurité sociale.

Le nombre de salariés résidents progresse de 2.3% pour la période considérée, celui des frontaliers continuant d'augmenter à un rythme soutenu avec un taux d'accroissement de +9.8%.

En ce qui concerne la ventilation par sexe, la tendance mise en évidence pour le 1^{er} semestre subsiste. Dans l'emploi salarié total les femmes enregistrent un accroissement légèrement inférieur à celui des hommes. Ceci est également vrai pour l'emploi frontalier. Chez les résidents, cette évolution va en sens contraire.

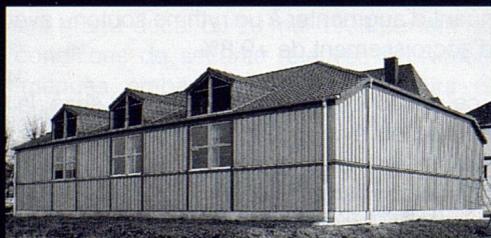
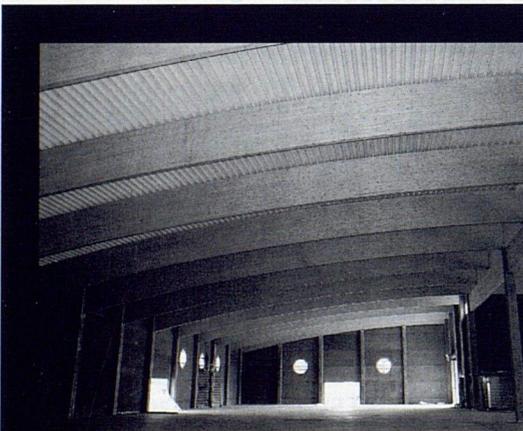
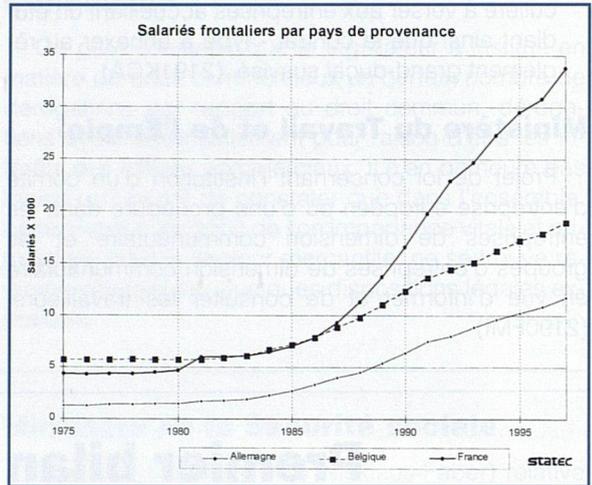
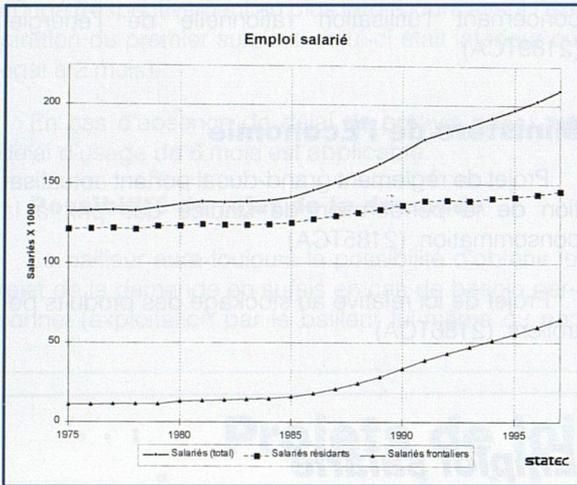
Emploi salarié total :	Hommes	+4.6%
	Femmes	+4.4%
Résidents:	Hommes	+1.9%
	Femmes	+2.9%
Frontaliers:	Hommes	+10.3%
	Femmes	+8.6%

Notons encore que fin septembre, les femmes représentent 36.4% de l'emploi total, cette part s'élevant à respectivement 38.8% et 31.5% chez les résidents et les frontaliers.

Toujours à la fin du 3^e trimestre, la répartition en % des frontaliers par pays de résidence est la suivante:

Allemagne	18.4%
Belgique	28.5%
France	53.1%

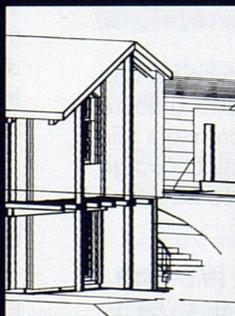
La publication «Indicateurs rapides série L» est disponible au Statec, b.p 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-42 68 / fax 46 42 89, E-mail: statec.post@statec.etat.lu.



Steffen Hallen- und Gewerbebau
 Potaschberg · rue Flaxweiler · L-6776 Grevenmacher
 Tel. 0 03 52/71 97 24 · Fax 0 03 52/71 97 98

Holzkonstruktionen

Unsere Spezialität. Lassen Sie sich anstecken von unserer Begeisterung – und zufriedenstellen von unserer Lösung.



Ökologisch nachhaltige Konzepte und
 architektonisch interessante Lösungen
 für schlüsselfertige Industriebauten.

Hallen, schlüsselfertig in Holzbauweise
 oder in Kombination mit Stahl/Stahlbeton.

Weil wir davon überzeugt sind.

L'économie luxembourgeoise en 1998

Représentation des femmes dans les différentes branches et professions

Branches d'activité

- Industrie: 16%
- Services: 46%

Professions

- Dirigeants d'entreprises et cadres supérieurs: 29%
- Ouvriers et employés non-qualifiés: 65%

Part des femmes dans les branches d'activité

La présence des femmes est la plus forte dans les branches de la santé et de l'action sociale (82.3%). Viennent ensuite le commerce de détail (65.8%), ainsi que les activités associatives (62.8%). Les branches des services personnels et domestiques occupent presque exclusivement des femmes: leur proportion y est de resp. 88% et 97%.

Dans le secteur HORECA, les femmes représentent un peu plus de la moitié de l'emploi total. Les deux cinquièmes des salariés du secteur public sont des femmes. Elles sont, en revanche, peu nombreuses dans les branches de la transformation des métaux, de la construction et de l'énergie.

A noter encore que dans les activités informatiques ainsi que dans le secteur de la recherche et du

développement, les trois quarts des emplois sont occupés par des hommes.

Part dans les différentes professions

Une ventilation par catégorie de profession montre que la proportion des femmes est de l'ordre des 2/3 dans les groupes professionnels «ouvriers et employés non qualifiés» et «personnel des services et de la vente» (Tableau 2).

Les femmes sont mieux représentées (41%) dans les professions intermédiaires (infirmier, éducateur, opticien, dessinateur etc.). Avec 29%, leur proportion reste faible dans la catégorie de dirigeants d'entreprises et cadres supérieurs. Parmi les professions intellectuelles et scientifiques (ingénieur, médecins, juristes, économistes etc.), on compte un peu plus d'un tiers de femmes.

Elles sont particulièrement minoritaires dans les professions suivantes: agriculteurs (19%), artisans (3%), conducteurs d'installation et de machine (6%). La répartition par sexe est plus équilibrée pour les professions d'employés de type administratif.

Observations méthodologiques:

Les chiffres sur les secteurs d'activité sont issus de la base de données «Emploi» mise à la disposition du STATEC par l'Inspection générale de la sécurité sociale, alors que ceux concernant la profession proviennent de l'enquête par sondage sur les forces de travail réalisée par le STATEC.

Ces chiffres appellent une mise en garde: les premiers incluent les frontaliers des pays limitrophes mais excluent la presque totalité des fonctionnaires et employés des institutions internationales, alors que les seconds risquent d'être entachés d'une erreur d'échantillonnage et ne portent que sur les résidents habitant des ménages privés.

Profession				% des femmes dans le total
	Total	Hommes	Femmes	
Membres de l'exécutif et des corps législatifs, cadres supérieurs de l'administration publique, dirigeants et cadres supérieurs d'entreprises	9 197	6 541	2 656	28.9
Professions intellectuelles et scientifiques	27 487	17 455	10 032	36.5
Professions intermédiaires	27 384	16 044	11 340	41.4
Employés de type administratif	28 559	14 127	14 432	50.5
Personnel des services et vendeurs de magasin et de marché	17 082	6 091	10 991	64.3
Agriculteurs et ouvriers qualifiés de l'agriculture et de la pêche	4 210	3 392	818	19.4
Artisans et ouvriers des métiers de type artisanal	21 833	21 197	636	2.9
Conducteurs d'installations et de machines et ouvriers de l'assemblage	15 139	14 192	947	6.3
Ouvriers et employés non qualifiés	17 793	6 303	11 490	64.6
Forces armées *	593	569	24	4.0
Total	169 277	105 911	63 366	37.4

Source: Enquête sur les forces de travail 1997

* Effectifs très faibles dans l'échantillon

Enquête sur les forces de travail 1998

Stabilisation du chômage BIT

Entre juin 1997 et fin juin 1998, périodes de référence des enquêtes sur les forces de travail, le taux de chômage BIT, tel qu'il est calculé par le STATEC (v. encadré) est resté pratiquement stable, passant de 3.1% à 3.0%. Durant la même période, le taux de chômage inscrit basé sur les chiffres (nouvelle définition) de l'ADEM a décliné de 3% à 2.8%.

L'enquête sur les forces de travail permet de ventiler les taux de chômage par sexe, nationalité, âge etc. Les estimations obtenues sont, comme tout sondage, affectées d'une certaine marge d'erreur, rendant difficile une mesure très précise des faibles variations d'une année sur l'autre. Reste que la grande stabilité observée lors des deux enquêtes successives au niveau de la structure du chômage nous autorise d'affirmer que :

- * le taux de chômage féminin est le double du taux masculin correspondant

- * le taux de chômage recule avec l'âge, les moins de 25 ans étant les plus touchés
- * les résidents étrangers sont deux fois plus atteints que les nationaux
- * c'est chez les femmes étrangères que le taux de chômage est le plus élevé
- * parmi les principales nationalités résidant au Grand-Duché, ce sont les Portugais qui enregistrent le taux de chômage le plus élevé.

Chômage BIT (Bureau International du Travail)

Selon les critères définis par le BIT, une personne est au chômage si elle remplit les trois conditions suivantes :

- Etre «sans travail» durant la semaine de référence de l'enquête. Il suffit d'avoir eu un «travail rémunéré», ne serait-ce que pendant une seule heure, pour ne plus être considéré comme chômeur.
- Etre disponible pour travailler c.-à-d. pouvoir occuper un nouvel emploi dans les quinze jours.
- Etre à la recherche d'un travail c.-à-d. avoir pris des dispositions spécifiques, au cours d'une période récente spécifiée (durant les quatre semaines précédant l'interview selon la méthodologie EUROSTAT) pour trouver un emploi.

Un point très controversé dans l'interprétation EUROSTAT des directives BIT avait trait aux méthodes de recherches du travail. EUROSTAT, contrairement au STATEC, exclut du chômage les personnes sans emploi et disponibles pour un nouvel emploi qui ont indiqué comme principale méthode de recherche l'attente soit des résultats d'une demande d'emploi, soit d'une assignation de l'ADEM, soit encore des résultats d'un concours en vue du recrutement dans le secteur public. Ces attitudes d'attente étaient assimilées à des méthodes de recherche inactives qui ne satisfaisaient pas aux critères du BIT en matière de définition du chômage. Cette décision d'EUROSTAT était contestable, car elle sous-entendait que les Administrations de l'Emploi ne sont guère à même de procurer des emplois aux chômeurs et qu'attendre une assignation de la part de l'ADEM n'est en fait pas un moyen adéquat si l'on veut «vraiment» trouver du travail. La nouvelle formulation de la question afférente introduite en application du nouveau Règlement du Conseil du 9 mars 1998 devrait faire disparaître ces divergences.



17, route d'Arlon Tél.: (352) 63 96 76 fondée en 1990
L-7471 SAEUL Fax: (352) 63 92 84 RC 64532
WWW.Dataplus.lu DataPlus@DATAPLUS.LU

*Nous avons les logiciels pour bien
gérer votre société:*

- **ComptaPlus** comptabilité puissante et ouverte
- **GestionPlus** facturation, achat et stock pour commerces, bâtiment, vêtements, dépositaires, ...
- **SalairePlus** salaires et paies luxembourgeoises
- **MédiPlus** gestion de cabinet médical
- **CantiPlus** réservation et paiement automatisés en cantine
- **HeuresPlus** gestion des heures prestées pour avocats et fiduciaires

Plus de 2.000 sociétés et particuliers sont gérés par nos logiciels au Luxembourg, en France, en Belgique et en Hollande.

Nous sommes ouverts sur EURO et an 2000.

Taux de chômage BIT 1997 et 1998 (en %)

Spécification	Année d'enquête	
	1997	1998
Ensemble de la population	3.1	3.0
Sexe		
Hommes	2.3	2.0
Femmes	4.1	4.4
Grand groupe d'âges		
15-24	8.4	7.1
25-39	2.9	3.2
40-54	1.7	1.9
55-59	1.2	0.6
Nationalité		
Nationaux	2.2	2.1
Etrangers	4.1	4.1
Sexe et nationalité		
Nationaux masculins	1.7	1.7
Nationaux féminins	3.1	3.0
Etrangers masculins	3.2	2.7
Etrangers féminins	4.1	6.2
Principales nationalités		
Luxembourgeoise	2.2	2.1
Portugaise	4.8	4.8
Italienne	3.9	3.5

**SECURITAS S.A.**

Tél.: 48 97 16 • Fax: 49 04 82

SECURITAS TECHNOLOGIES**LUXEMBOURG S.à r.l.**

Tél.: 40 07 48 • Fax: 40 00 66

14, rue du Père Raphaël

L-2413 Luxembourg

C e r t i f i é I S O 9 0 0 2

Depuis 1971 au service de sa clientèle professionnelle et privée, la

société **Securitas S.A.** certifiée **ISO 9002** n'a cessé d'accroître son personnel comprenant des cadres spécialisés dans les secteurs bancaire, industriel, gestion de ressources humaines et audit interne.

A ce jour, plus de 540 collaborateurs travaillent au sein de **Securitas S.A.** et **Securitas Technologies Luxembourg S.à r.l.** pour votre sécurité.

- *surveillance par agents statiques et patrouilleurs*
- *centrale de surveillance 24/24h*
- *gardienage de clés*
- *système de détection intrusion, incendie, eau et gaz*
- *interventions sur alarmes*
- *surveillance par caméras et transmission vidéo*
- *transports de valeurs, de courrier confidentiel et de documents*
- *contrôle d'accès et gestion d'horaires variables*
- *transmission d'alarmes*
- *stockage et gestion de supports informatiques*
- *extinction par gaz „argonite“*
- *service réception/accueil*
- *alarme anti-vol à l'étalage*
- *mise à disposition de détectives de magasin*
- *installations téléphoniques et télécommunications*
- *éclairage de secours*
- *barrières de parking*

L'Esprit d'Entreprise

par Norbert FRIOB

Introduction

Les lignes directrices des conclusions du Conseil européen extraordinaire sur l'emploi, ainsi que le Plan d'action national en faveur de l'emploi ont retenu «le développement de l'esprit d'entreprise» comme l'une des solutions au problème de l'emploi. Les initiatives prévues dans le PAN sont minces en rapport avec l'importance de l'objectif. On n'insistera pas assez sur le fait que les entreprises sont les seuls vrais créateurs d'emplois et de richesses. A la base de la création d'emplois, il y a l'initiative, car la croissance et la création d'emplois ne sont pas le fruit d'une génération spontanée. Elles sont le produit de l'action des hommes, plus spécifiquement de celle des entrepreneurs.

Or que constatons-nous dans notre pays ?

De plus en plus d'entreprises existantes trouvent difficilement un repreneur et la création est chaque jour davantage le fait de non Luxembourgeois.

La plupart de ces derniers recherchent avant tout des emplois dit «sûrs». Le niveau élevé des rémunérations dans notre pays et ce plus spécialement dans le secteur protégé, renforce cette tendance inquiétante.

En outre, le cadre réglementaire de plus en plus complexe, contraignant et rigide entrave la liberté du travail et des échanges, avec comme résultat une démotivation massive des créateurs. La loi dite *commodo-incommodo* est l'exemple type d'un instrument qui, à l'origine, avait des buts louables. Il est cependant patent que son application tue l'esprit d'entreprise avec comme corollaire une non création et même une destruction d'emplois.

Il faut donc rendre aux Luxembourgeois le goût d'entreprendre, d'innover, de créer, et de relancer les initiatives. Il faut mobiliser le talent, l'énergie de tous ceux qui vont participer et non subir les mutations de notre société et de notre économie.

Il est cependant illusoire et dangereux de croire que le problème du chômage peut se régler en travaillant moins.

Pour régler ce problème, il faut multiplier les emplois nouveaux et non partager les emplois existants, sans oublier que nous avançons vers le temps choisi qui considère toute la vie d'un individu. La civilisation de demain sera celle du temps libéré.

De nombreux aspects importants comme l'emploi, les affaires sociales liés à l'entreprise ne sont pas développés dans le présent document qui se concentre sur l'esprit d'entreprise.

Comment favoriser l'esprit d'entreprise?

1. Créer un environnement favorable

La Commission européenne a adopté une communication et un plan d'action répondant aux recommandations de la task-force BEST concernant l'amélioration et la simplification de l'environnement des entreprises et propose une stratégie globale de promotion de l'esprit d'entreprise à travers l'Union européenne, en vue d'améliorer la situation concurrentielle des entreprises européennes et de stimuler la croissance et la création d'emploi. Le plan d'action comporte un calendrier destiné aux autorités concernées pour la prise de mesures aux niveaux européen, national ou régional. La Commission élaborera également des indicateurs de performance en coopération avec les Etats membres pour mesurer et évaluer les progrès accomplis dans la mise en œuvre du plan d'action.

La Commission a déjà adopté dans ce domaine un certain nombre de communications et d'initiatives visant notamment à favoriser l'esprit d'entreprise, la mise en œuvre du plan d'action en faveur du marché unique, le développement du capital-risque et le plan d'action pour l'innovation. La communication et le plan d'action rassemblent les mesures issues de toutes ces initiatives politiques dans un cadre global en vue de réaliser l'objectif principal de la promotion de l'esprit d'entreprise, comme moyen d'améliorer la compétitivité des entreprises européennes et leurs possibilités de croissance et de création d'emplois durables.

Pour que cette mise en œuvre du plan d'action se fasse rapidement, la Commission fera porter son action sur trois domaines prioritaires:

l'éducation, la formation et l'environnement: il faut étudier de nouveaux systèmes de formation adaptés aux différentes qualifications et aux besoins locaux.

l'accès au financement qui continue de poser un problème majeur à un grand nombre d'entreprises. Pour sa part, la Commission présentera un certain nombre de mesures dont une seconde action relative aux capitaux d'amorçage et organisera une troisième table ronde des PME et des banques.

le changement de culture des administrations publiques à tous les niveaux, dans leur rôle de régulateur ou de pourvoyeur de soutien aux entreprises. Ces mesures incluent une meilleure évolution de l'impact de la législation dans le domaine de l'entreprise et une simplification des procédures de création d'entreprises.

Contexte

Pour être à même de prospérer, les entreprises et notamment les PME doivent pouvoir fonctionner dans un environnement adéquat. C'est ce qu'ont reconnu

les leaders politiques européens réunis au Conseil d'Amsterdam les 16 et 17 juin 1997, en confirmant leur soutien résolu à la simplification des réglementations juridiques et administratives actuelles et nouvelles dans le but d'améliorer la qualité de la législation communautaire et de réduire la charge administrative imposée aux entreprises européennes, notamment aux petites et moyennes entreprises. A l'invitation du Conseil européen, la Commission européenne a établi, en septembre 1997, la task-force BEST qui est un groupe indépendant de chefs d'entreprises, d'administrateurs publics et d'experts universitaires dont le mandat couvre un large éventail de domaines.

La mission confiée à BEST était l'établissement d'un rapport indépendant formulant des propositions de mesures concrètes à prendre par la Commission et les Etats membres pour améliorer la qualité de la législation et éliminer les contraintes inutiles entravant le développement des entreprises européennes, en particulier des PME. Cette tâche incluait également l'étude d'un grand nombre d'autres questions intéressant les PME, notamment l'accès au financement, la gestion et la formation des salariés, l'innovation et le transfert technologique ainsi que tous les aspects de l'administration publique.

BEST a présenté son rapport final au commissaire Christos Papoutsis qui l'a accepté au nom de la Commission le 7 mai 1998.

Le Conseil européen de Cardiff en juin 1998 a invité la Commission à élaborer un calendrier d'action tenant compte des recommandations du rapport BEST afin d'évaluer dans quelle mesure les politiques actuelles favorisent l'esprit d'entreprise. La présente communication et le plan d'action constituent la réponse de la Commission.

2. Agir au niveau des mentalités

La compétition mondiale et les changements dans le secteur de l'industrie impliqueront que de plus en plus de personnes devraient entreprendre pour maintenir et développer l'emploi et la création de richesses. L'esprit d'entreprise, qui est à la base de l'initiative et de la création, ne se limite cependant pas aux seuls créateurs. Il doit se retrouver dans les laboratoires de recherche, où les chercheurs ne doivent pas se limiter à chercher, ils doivent vendre les produits de leurs recherches auprès des entrepreneurs, auprès des enseignants qui enthousiasment les élèves, et surtout auprès des serviteurs de l'Etat qui, par leur attitude, peuvent encourager ou décourager ceux qui entreprennent.

Cet esprit doit aussi se développer auprès des collaborateurs des entreprises qui doivent être qualifiés et motivés. Les efforts les plus importants restent à faire auprès des syndicats qui doivent modifier leurs objectifs. Il faut savoir que l'indépendant qui se bat pour son projet est un travailleur infiniment plus précaire que l'ouvrier syndiqué de l'Arbed. Le citoyen

doit retrouver l'envie et les moyens d'activer sa volonté, son intelligence et sa combativité et surtout un comportement respectueux du droit de l'initiative.

L'esprit d'entreprise n'est donc pas l'affaire de quelques-uns, mais l'affaire de tous. Pour que la majorité qui choisit l'approche sécuritaire puisse continuer à en bénéficier, il est nécessaire que l'entrepreneuriat soit encouragé et soutenu.

La démonstration par l'absurde de l'échec de certaines politiques a montré que, malgré les excès de quelques rares entreprises, la grande majorité mérite une approche positive. Elles ne veulent plus être considérées comme des vaches à traire au maximum avant de les envoyer à l'abattoir, mais qu'elles, et surtout les chefs d'entreprises, sont et resteront les chevaux qui tirent la charrette.

L'entreprise est à la source de notre bien-être

Les freins à l'esprit d'entreprise

Après avoir assimilé le progrès économique au développement d'entreprises toujours plus grandes, on redécouvre aujourd'hui les vertus, la souplesse, la capacité d'innovation, le rôle irremplaçable en matière de création d'emplois des P.M.E. indépendantes et familiales.

Ces entreprises sont la préfiguration de l'activité économique à taille humaine qui devrait se développer.

Ces entreprises ne créent pas seulement de la valeur ajoutée. Elles sont aussi productrices de valeurs sociales et une école de responsabilité.

Malheureusement le droit social hérité des grandes entreprises, et appliqué à la petite et moyenne entreprise, constitue un délit d'entrave permanent à la création d'emplois. Dans le droit social il faudra favoriser la pratique du sur mesure au lieu du prêt à porter imposé par le droit du travail et ce par l'émergence de contrats d'entreprise librement négociés au sein des entreprises. Il ne s'agit pas là de régression sociale, mais d'un travail sur mesure. La conciliation des besoins variables de l'entreprise et une plus grande qualité de vie des salariés en résultera.

Par ailleurs le nombre de lois et des règlements, avec tous leurs détails réglant la vie de l'entreprise, fait que chaque entrepreneur qui est censé connaître la loi, est un délinquant en puissance. L'état d'esprit de nombreux juges fait que de plus en plus rares sont ceux qui ne l'ont pas appris à leurs dépens, et le découragement en est la suite logique.

L'exception étant celle de ceux, et ce sont généralement les grandes entreprises, qui savent se débrouiller avec des conseillers efficaces.

Un autre frein à la création de petites entreprises artisanales est la concurrence déloyale de l'économie souterraine.

Aujourd'hui l'emploi est trop rigide, c'est l'économie souterraine qui se développe. Le travail est là. Cependant le nombre insuffisant de personnel qualifié et son coût font que le travail se recrée «au noir». Ce phénomène et celui de l'essor du bricolage sont les raisons de l'activité intense sur les chantiers le samedi et le dimanche.

L'une des réponses est la création d'une économie sociale et sa subsidiation.

Cette solution est préférable au paiement d'indemnités de chômage sans contrepartie. Cette approche ne devrait cependant pas freiner la solution du problème réel qui est de rendre possible la création de vraies entreprises non subsidiées, capables de vendre leurs services à un prix raisonnable.

La motivation de l'entrepreneur

Faire des plans pour le futur est un comportement naturel de l'homme, que cela soit dans le chef de la famille, du travail, des vacances etc. Cela étant, qui n'a pas rêvé une fois au moins dans sa vie de devenir son propre patron?

Si beaucoup en rêvent, pourquoi aussi peu passent-ils à l'action? Pour ces derniers, tous ne réussissent pas.

D'après Robert PAPIN, auteur de la «Stratégie pour la création d'entreprise» qui inspire largement le présent paragraphe, ce qui fait «marcher» la plupart des créateurs c'est la volonté d'aller toujours plus loin (ce que les Américains appellent «l'achievement motivation», le désir de liberté et, à un moindre degré, le goût du pouvoir («power motivation»). Aller toujours plus loin, se dépasser et surmonter les obstacles, tel est le but de presque tous ceux qui souhaitent créer une entreprise. Ce qu'ils veulent, c'est gagner et dépasser les objectifs qu'ils se sont eux-mêmes fixés. Travailler dur pour le plaisir de travailler dur ne les intéresse pas; ce qu'ils souhaitent, c'est travailler dur pour atteindre plus vite leurs objectifs.

Le créateur veut aussi rester un homme libre, libre d'orienter sa vie, de fixer ses objectifs, de se juger lui-même, de choisir son cadre de travail et ses collaborateurs.

Le pouvoir l'attire car il lui procure une certaine jouissance mais son goût du pouvoir est probablement moins fort que chez les responsables de grandes sociétés.

Malheureusement, dans notre pays, on n'apprécie pas toujours ceux qui veulent se mettre en avant et jouer les pionniers. C'est sans doute pourquoi les candidats créateurs éprouvent un certain malaise à s'avouer qu'au fond d'eux-mêmes, ils souhaitent être au-dessus des autres. Ils se cachent donc derrière les paravents que leur propose la littérature du management; poursuite d'un idéal, édification d'un cadre agréable pour ceux qui travaillent avec eux, prestige de leur ville ou de leur pays... La liste des «motivations alibis» remplirait plusieurs pages.

La création d'une entreprise est certainement l'une des dernières aventures du 20^e siècle que l'on puisse tenter à moins de 100 mètres de chez soi. Cette aventure est capable de procurer à ceux qui la vivent des plaisirs incomparables car le goût d'entreprendre, le désir d'indépendance et la volonté de maîtriser son propre avenir y trouveront presque toujours leur épanouissement.

Si le lancement d'une entreprise est une aventure passionnante, c'est aussi une aventure risquée, car les échecs sont nombreux. L'on peut cependant réduire considérablement les risques en connaissant et en agissant sur les facteurs qui conditionnent le succès.

Ces facteurs, quels sont-ils ?

Le créateur: homme ou femme, ses motivations et ses qualités.

Son idée: l'existence d'un marché - la possibilité d'exploiter ce marché avec succès.

La conception et la mise en œuvre de son projet

La chance ou la bonne étoile.

L'ouvrage de PAPIN et de nombreux guides traitent de ce sujet et pourront être étudiés par le candidat créateur. Il faut en tout cas bannir du langage l'expression suivante: «je n'ai rien à perdre, donc j'y vais». En réalité, le prix à payer pour créer une entreprise est très élevé tant en efforts, en temps, en argent qu'en confiance en soi et en prestige.

L'on doit savoir que la période de démarrage est un calvaire pour la famille, car le créateur ne travaille pas 12 heures par jour mais souvent 24 heures sur 24. Il vit avec son entreprise, s'endort avec elle, rêve d'elle, se lève en pleine nuit pour noter ses idées, ne prend pas de vacances et n'a pas le temps de profiter de son argent (quand il commence enfin à en gagner). Son épouse lui reproche d'entretenir une maîtresse, à savoir son entreprise.

Par ailleurs les futurs patrons sont condamnés à la patience et à la modestie car le grand public, les fournisseurs, les clients et l'administration ne traitent avec respect que les puissants, c'est-à-dire ceux qui ont atteint la notoriété par la taille, les relations ou l'argent. Le créateur doit accepter une telle situation et considérer que sa jeunesse et sa fougue constituent autant d'obstacles dans ses relations avec ceux qui l'entourent, les fonctionnaires ou les banquiers notamment qui répliqueront à l'agressivité par un respect rigoureux d'une réglementation capable de paralyser totalement les plus dynamiques.

Il est également exclu dès le départ de s'attribuer un salaire de P.D.G. et rémunérer son (sa) partenaire pour les travaux de secrétariat, mais qu'au contraire, il faudra se contenter du minimum vital et faire des sacrifices jusqu'à ce que l'entreprise soit vraiment lancée.

Quand on connaît le prix à payer pour créer on a donc beaucoup plus de chances de trouver le temps

et l'énergie nécessaires pour se poser les deux questions suivantes:

quelles sont mes aspirations, quels sont les buts que je poursuis dans la vie?

quels sont mes qualités et mes défauts?

La réponse à la première question permettra peut-être au candidat dirigeant de savoir si la création d'une entreprise lui permettrait d'être «bien dans sa peau». La réponse à la seconde question, loin de le décourager, devrait l'éclairer sur la possibilité de «jouer en première, en seconde ou en troisième division». Elle devrait également lui indiquer la voie à suivre pour concevoir un projet susceptible d'exploiter au mieux ses atouts et de réduire au maximum ses faiblesses.

Par la suite il devra avoir ce que généralement on appelle «la chance», ce qui en réalité est le don d'accomplir les choses.

Dans la vie des occasions se présentent toujours et il est important de les saisir rapidement et de ne plus les lâcher. Pour «avoir de la chance», le lourd tribut à payer a été esquissé ci-avant.

Pendant toute sa carrière, l'entrepreneur est régulièrement confronté à de graves soucis parce qu'il doit continuellement prendre des risques pour maintenir et consolider la place qu'il s'est forgée.

Malgré tout cela l'entrepreneur considère cette vie comme exaltante. Le succès ne vient pas seul, on paye cher pour l'obtenir, mais le sentiment que l'on a réalisé quelque chose, que l'on a réussi, est une merveilleuse récompense.

En résumé

Désir d'aller toujours plus loin, attrait pour la liberté et goût «réaliste» du pouvoir, plaisir d'avoir réalisé ses objectifs, telles sont donc les motivations les plus fréquentes chez le créateur d'entreprise.

Jean-Marie MESSIER (patron de Vivendi) a dit: «Ce qui est vrai, c'est que les responsabilités de chef d'entreprise font appel à des qualités humaines qui ne s'apprennent pas. J'en vois trois: avoir du bon sens, savoir écouter, allier le sens du concret à la capacité de voir loin. Diplômé ou non, ces qualités, on les a ou pas».

Actions à entreprendre

1. Redonner l'envie et la confiance aux jeunes qui veulent entreprendre

Notre système éducatif produit essentiellement de futurs salariés. Rien ne changera sans les enseignants qui, a priori, paraissent opposés au changement

En fait, et on le voit dans de nombreuses associations, certains enseignants sont des entrepreneurs qui s'ignorent. Pour favoriser l'esprit d'entreprise à

L'€uro est demandé !



- ❖ Gestion des adresses
- ❖ Gestion des articles et du stock
- ❖ Gestion des dossiers et des projets
- ❖ Gestion des commandes et achats
- ❖ Gestion des devis et des commandes
- ❖ Gestion de la facturation et de caisse
- ❖ Gestion de l'intrastat achat et vente
- ❖ Gestion des utilisateurs et vendeurs
- ❖ Gestion de l'agenda et messagerie
- ❖ Statistiques sur toutes les données



☎ 33 07 10
☎ 33 29 87

Info@microdata.lu

MicroData Helmsange

www.microdata.lu

l'école, il faudra dans leur travail libérer leur esprit d'initiative, ce qui revalorisera également leur fonction. Le contact avec la réalité des entreprises devra être encouragé et même rendu obligatoire pour certains enseignants (par exemple ceux du technique).

Parallèlement au retour d'une certaine liberté à l'école, la valorisation du travail de l'enseignant et la mise en relation de ses promotions avec une évaluation de ses résultats devraient être introduites. Le ministre belge BALDEWIJN prévoit que si un rapport positif entraîne une augmentation, un rapport négatif, par contre, ralentit, voire stérilise toute ancienneté. Pire: trois mauvais rapports en cours de carrière ou deux mauvais rapports consécutifs ouvriront toute grande la porte de sortie. Tony Blair quant à lui, déclare «Les mauvais enseignants seront virés».

L'école devrait être rapprochée de l'entreprise dès le primaire par:

- des visites d'entreprises
- multiplication des initiatives comme: «Boule et Bill créent une entreprise»
- création de mini entreprises
- animation de certains cours par des entrepreneurs
- stages en entreprises des élèves et des enseignants etc.....

Il faut réapprendre aux jeunes qu'il n'y a de création de richesses que par l'effort, car comment motiver la jeunesse d'un pays où le débat central traite de minimas sociaux; sur la manière de partager le travail et sur les pensions ? Il faut encourager l'autonomie, la créativité et la prise de risques et arrêter de mépriser les formations professionnalisantes.

Un enseignement qui encourage à juste titre l'égalité des chances ne doit pas aboutir au refus de l'esprit de sélection. Le bannissement du mérite doit faire une juste place au jugement des résultats, car comment voulez-vous sinon que les étudiants se transforment en entrepreneur réussissant sur leur marché.

Pour terminer les parents doivent encourager leurs enfants et à ce propos il est désolant de voir qu'un nombre infime de diplômés universitaires créent leur entreprise.

Il est encore plus désolant de constater que certains entrepreneurs cessent leur activité après avoir encouragé leurs enfants à s'orienter vers la voie sécuritaire. Les expériences négatives vécues par ces derniers peuvent expliquer cette situation à laquelle il faut remédier d'urgence en réalisant les actions préconisées par le présent document.

En résumé, il faut réapprendre aux jeunes que depuis la formation initiale jusqu'à la retraite chaque individu devra dépasser les habitudes des dernières décennies en prenant personnellement plus de responsabilités. Il est cependant clair que ce changement ne se fera pas toujours en douceur. En effet le passage d'une culture sécurisante et sclérosante reposant sur les deniers d'un Etat Providence, vers une culture de l'initiative, de la réussite et de la responsabilité, nécessitera de profondes réformes imposées par les conséquences de la mondialisation et la mobilité géographique des talents et des compétences. La mobilité reste l'apanage d'une minorité de Luxembourgeois.

Donner à chacun sa chance, c'est multiplier les parcours de formation et reconnaître la pluralité des formes de réussite. Nous privilégions trop quelques voies. La formation professionnelle est trop souvent peu considérée ou ressentie comme la sanction d'un échec.

Il y a lieu de revaloriser les filières considérées comme inférieures et d'offrir tout au long de la vie des chances nouvelles de formation.

Dans son rapport «Gérer le changement», le groupe d'experts de la commission européenne «Emploi et affaires sociales» écrit: Il nous faut renforcer la considération et le respect pour les chefs d'entreprise dans nos cultures économiques. Nos systèmes éducatifs devraient être encouragés à favoriser l'esprit d'entreprise et à fournir aux créateurs d'entreprise les outils dont ils ont besoin pour réussir.

Le groupe recommande de faire figurer dans tous les programmes scolaires l'importance de l'esprit d'entreprise.

2. Participer à l'émergence des nouvelles technologies

A défaut d'enseigner vraiment l'esprit d'entreprise, il est possible de le cultiver et de donner l'envie d'entreprendre.

La révolution technologique de l'information est un des principaux défis que doivent relever les entreprises. Les perspectives commerciales de l'utilisation des multimédias sont pratiquement illimitées.

Mais les aspects tant organisationnels que pédagogiques d'une intégration des nouvelles technologies dans les entreprises ne sont pas suffisamment reconnus. La formation initiale et complémentaire pour une utilisation rationnelle des technologies sur lesquelles repose l'envergure de la société de l'information, est aussi importante que la création par l'Etat d'un cadre favorable au développement des nouvelles opportunités et d'une assistance aux entreprises, tant en experts que d'aides financières pour relever ce défi du 21^e siècle.

A court et moyen terme, il faudra

- se préparer à la génération Internet et à l'utilisation journalière du multimedia dans les applications organisationnelles et techniques.
- s'adapter et participer au développement du Télétravail
- utiliser les nouveaux systèmes de formation
- connaître et utiliser les techniques de l'environnement
- favoriser l'utilisation des énergies nouvelles et poursuivre les économies d'énergie.

Le commerce participera en outre

- au lancement du porte-monnaie électronique
- à l'utilisation des étiquettes électroniques de gondoles et à l'introduction de l'étiquette intelligente (puces au lieu de codes-barres)
- au développement du Self-Scanning
- au développement de E.D.I. qui se substitue progressivement au Fax.

3. Redorer l'image de l'entreprise

Jusqu'au début des années 1970 l'entrepreneur était le plus décrié, «réactionnaire», «profiteur», «exploiteur» etc. étaient les qualificatifs liés à son action. La fin des 30 glorieuses et ses suites ont changé cette situation. L'importance et le rôle clé de l'entrepreneur se sont affirmés.

De nos jours les médias ont malheureusement encore tendance à mettre en avant, ce qui, à leurs yeux, ne va pas. En général ils se réfèrent aux grands groupes financiers et à leurs leaders contrôlant les grandes entreprises (Exemple Renault Vilvorde)

Ce faisant, l'on oublie la très large majorité des entreprises dont les chefs agissent et travaillent au front.

L'on oublie également trop souvent que le petit commerçant et l'artisan sont responsables sur leurs biens propres de leurs erreurs de gestion et même, quand ils sont victimes d'impayés, ils sont responsables des erreurs qu'ils n'ont pas commises.

Si d'aucuns organisent leur insolvabilité, la très grande majorité puisera dans ses économies et vendra ses biens pour la survie de leur entreprise. Cette réalité est superbement ignorée.

S'il a échoué, l'entrepreneur est un imbécile. S'il a réussi on ne lui pardonnera difficilement ses signes extérieurs de richesse et on le qualifiera de malhonnête. Est-il normal qu'un chef d'entreprise, pilotant une voiture de luxe, soit suspecté, alors qu'on admirera son ouvrier arrivant au travail en Mercedes, et son épouse conduisant ses enfants à l'école en Golf?

Il est temps de faire comprendre aux citoyens que les entrepreneurs honnêtes ne veulent plus être considérés comme des exploités, qui s'enrichissent sur le dos de leurs salariés. Il est important de faire passer le message de bon sens, que la liberté et la reconnaissance de l'entrepreneur sont les garants d'une économie prospère, saine et créatrice d'emplois.

Pour que certains puissent avoir droit à leur part d'un «surplus social» qui résulte en réalité du labeur intelligent des entrepreneurs individuels, ces derniers acceptent le risque pour assurer la sécurité de certains et le bien-être de tous. Les entrepreneurs assument également le changement, source de stabilité économique et sociale. En récompense, ils ne demandent même pas la reconnaissance qu'ils méritent, mais, qu'au moins, on ne les empêche pas de faire leur travail.

Dans notre pays la prise de risque est considérée comme une folie et l'échec comme une tare.

4. Réapprendre à risquer

Eric Meyer, rédacteur de l'Essentiel du Management, résume bien la situation en écrivant que l'un des freins à la création d'entreprise est la peur de trouver un jour sur son curriculum vitae les traces d'une faillite. Cette peur est un puissant frein à la création qui a également sa source dans notre éducation.

Pour comprendre, on peut raconter l'histoire de deux mères de famille, l'une française, l'autre américaine, qui voient leur enfant tomber d'un toboggan. La Française se précipite et réprimande son fils «Tu vois, je te l'avais dit, il ne fallait pas monter! T'es trop petit, allez, maintenant, tu joues en bas!» L'Américaine, elle répondra: «Don't worry, my boy, try again!» (T'en fais pas mon gars, essaie encore!) Caricatural? «Non, révélateur, explique Pascal Baudry, un consultant qui connaît bien les deux cultures. Aux Etats-Unis, un échec est considéré comme la preuve que vous avez essayé quelque chose, et que vous en avez tiré les leçons. Chez nous, à l'inverse, le fait que vous ayez échoué renforce l'autre dans la croyance qu'il est au-

dessus de vous, qu'il est meilleur que vous» Et non pas qu'il a, au mieux, raison à un moment donné, dans une circonstance particulière. «La pensée dominante, souligne la philosophe Christine Cayol, est marquée par le mythe de l'ingénieur-expert; elle privilégie la rationalité, l'efficacité, la prévisibilité, la sécurité.» Nos entreprises, nos institutions, nos écoles, en effet, sont imprégnées par le mode de raisonnement de dirigeants qui valorisent l'analyse, le calcul des possibles et des probables, le respect de l'institution. Dans ce contexte, l'échec est perçu comme une erreur de conception, une faille dans la construction du raisonnement initial, une remise en cause de l'ordre établi et non pas comme une étape naturelle dans le processus d'apprentissage.

Pour encourager l'esprit d'entreprise, il faut donc réapprendre le risque. Si le droit à la faillite doit être reconnu, il faut cependant combattre le développement de la tendance qui consiste à faire de la faillite un mode de gestion en vue d'un enrichissement rapide ou de se décharger de sa responsabilité et ce au détriment des fournisseurs et de la communauté. «Il faut empêcher que des patrons ayant géré leur entreprise d'une façon douteuse puissent se retrouver le lendemain de la faillite dans une nouvelle entreprise avec la possibilité et l'intention de recommencer le jeu».

Il faut combattre la fraude tout en ne cherchant pas à tout prix à diminuer le taux de défaillance; ce qu'il faut surtout, c'est augmenter le nombre de créations d'entreprises et accorder le droit au chômage pour les créateurs connaissant un échec.

5. Favoriser l'apprentissage de la réussite

- L'accès à la profession doit être repensé par la poursuite de la révision des nomenclatures des métiers et services et considérés davantage les compétences réelles
- La formation doit être axée prioritairement sur la gestion et l'art d'apprendre
- La formation tout au long de la vie doit être encouragée
- Apprendre à mener des hommes et à animer une équipe doit faire partie des formations.

Les habitudes du passé font que régulièrement les discours des leaders syndicaux présentent la situation dans les entreprises comme catastrophique sur le plan humain. Ces discours ignorent la réalité. Les entreprises qui réussissent, et c'est particulièrement vrai pour les PME, sont celles qui apprécient leurs collaborateurs et les considèrent comme des partenaires. Hors de cette approche, l'échec est assuré.

6. Repenser notre modèle politique

L'entreprise d'aujourd'hui et de demain devrait davantage retenir l'attention du monde politique et de son administration pour lesquels l'entreprise doit devenir un exemple. Plus que l'innovation, son éthique

et son exemplarité doivent contribuer à l'existence d'un environnement économique et politique nécessaire au bien-être de tous.

La culture de l'esprit d'entreprise et de l'indépendance doivent devenir une partie intégrante de la culture politique qui malheureusement dans le passé, s'est progressivement détournée de l'initiative ce qui a dévalorisé les filières professionnelles et mis en avant un culte de l'Etat disproportionné.

Aujourd'hui, plus que jamais, l'action politique a besoin de courage. Elle a besoin de personnes qui s'engagent pour que les forces du changement l'emportent sur celles du statu quo, que les innovateurs l'emportent sur les conservateurs. Ces personnes agissent au nom de la très grande majorité des citoyens qui n'est malheureusement pas celle qui habituellement se fait entendre pour la défense de ses privilèges.

Tony Blair, à l'occasion de son discours à l'Assemblée nationale en France, a résumé son modèle de relance de l'économie en quatre points.

Une gestion stricte

Par une discipline stricte et la transparence en matière de politique financière et monétaire.

La fin de l'Etat Providence

Le gouvernement n'est plus tant chargé de réglementer que d'équiper les hommes en vue du changement, par l'éducation, la qualification, la technologie, l'infrastructure, et un Etat Providence qui rende l'emploi avantageux. En résumé, ni le laissez-faire, ni l'étatisme rigide, mais une participation active au progrès de l'employabilité en favorisant l'adaptabilité (= flexibilité)

Un plan social

Un plan pour combattre l'exclusion des jeunes et des chômeurs de longue durée.

L'esprit d'entreprise

La relance de l'esprit d'entreprise, la création de PME, et un climat dans lequel on prend des risques pour être indépendant, pour travailler autrement, et pour créer sa propre affaire.

Le groupe d'experts de la commission écrit que les pouvoirs publics nationaux devraient lancer des campagnes nationales consacrées à «l'entrepreneuriat pour l'emploi».

En fait, Tony Blair résume l'essentiel de sa politique par:

il y a un grand progrès social dans un pays qui donne du travail à tous à travers les entreprises et grâce à la flexibilité du marché par rapport à un pays qui laisse les hommes politiques créer du chômage et demander ensuite aux contribuables de payer les gens à ne rien faire, pour les transformer progressivement en assistés, puis en exclus.

Toutes les initiatives de notre gouvernement qui vont dans cette direction ne peuvent qu'être encouragées. En résumé il est urgent que le réalisme qui émerge prime sur l'idéologie qui était à la base de toutes les politiques.

L'attirance des Luxembourgeois et des Européens en général pour les emplois à statut freine l'adaptation des entreprises face au monde qui change à une vitesse stupéfiante.

En tant que consommateur, les mêmes qui rêvent et souvent disposent d'un emploi public, se battent pour en préserver les avantages, tout en défendant, en appréciant et en exigeant de profiter des bienfaits du progrès technique et de la concurrence sur les marchés.

Conclusions

Refusons de nous complaire dans cette société de chercheur de statut, construisons une société de créateurs de valeur et de services. Incitons les partenaires sociaux et les médias à se concentrer sur les emplois nouveaux et sur les hommes et femmes qui innovent plutôt que sur les emplois détruits et les panes dans le système.

La religion des droits acquis doit être remplacée par celle de la création et de la participation.

L'initiative doit être honorée et la fonction d'entrepreneur doit redevenir une fonction de rêve.

Le travail indépendant est un choix de vie moderne: un choix de responsabilité. On travaille mieux quand on travaille pour soi. Les entrepreneurs qui consultent les psychologues sont rares et les fonctionnaires nombreux.

Le message à la jeune génération doit être:

- que chacun est toujours capable de réaliser quelque chose. Au lieu d'attendre des autres ou de l'Etat une solution aux problèmes, il faut chercher la solution soi-même. Notre société a encore tellement de besoins non satisfaits.
- Que les jeunes deviennent leur propre entrepreneur et il en sortira certainement quelque chose.

JEAN JAURÈS et les créateurs d'entreprise

Il n'y a de classe dirigeante que courageuse. A toute époque, les classes dirigeantes se sont constituées par le courage, par l'acceptation consciente du risque. Dirige celui qui risque ce que les dirigés ne veulent pas risquer. Est respecté celui qui volontairement accomplit pour les autres les actes difficiles ou dangereux. Est un chef celui qui procure aux autres la sécurité en prenant pour soi les dangers.

Dans la moyenne industrie, il y a beaucoup de patrons qui sont à eux-mêmes, au moins dans une large mesure, leur caissier, leur comptable, leur dessinateur, leur contremaître. Ils ont, avec la fatigue du corps, le souci de l'esprit que les ouvriers n'ont que par intervalles. Ils vivent dans un monde de lutte où la solidarité est inconnue. Jusqu'ici, dans aucun pays, les patrons n'ont pu se concerter pour se mettre à l'abri, au moins dans une large mesure, contre les faillites qui peuvent détruire en un jour la fortune et le crédit d'un industriel.

Entre tous les producteurs, c'est la lutte sans merci; pour se disputer la clientèle, ils abaissent jusqu'à la dernière limite, dans les années de crise, le prix de vente des marchandises, ils descendent même au-dessous des prix de revient, ils sont obligés d'accorder des délais de paiement démesurés qui sont pour leurs acheteurs une porte ouverte à la faillite, et s'il leur survient le moindre revers, le banquier aux aguets veut être payé dans les 24 heures.

Lorsque les ouvriers accusent les patrons d'être des jouisseurs qui veulent gagner beaucoup d'argent pour s'amuser, ils ne comprennent pas bien l'âme patronale. Sans doute il y a des patrons qui s'amuse, mais ce qu'ils veulent, avant tout, quand ils sont vraiment des patrons, c'est gagner la bataille. Il y en a beaucoup qui, en grossissant leur fortune, ne se donneront pas une jouissance de plus: en tout cas, ce

n'est point surtout à cela qu'ils songent. Ils sont heureux, quand ils font un bel inventaire, de se dire que leur peine ardente n'est pas perdue, qu'il y a un résultat positif, palpable, que de tous les hasards, il est sorti quelque chose, et que leur puissance d'action est accrue. (Extrait de Jean JAURES «La dépêche de Toulouse», 28 mai 1890)

BIBLIOGRAPHIE

Bernard KRIEF:	La liberté d'entreprendre
Philippe GORRE:	Guide du créateur d'entreprise
George GILDER:	L'esprit d'entreprise
Béatrice Majorie d'INTIGNANO:	L'usine à chômeurs
Alain MADELIN:	Quand les autruches relèveront la tête
Robert PAPIN:	Stratégie pour la création d'entreprise, Essentiel du Management

Etude du New Media Group:

Le marché des nouveaux médias au Luxembourg

Le multimedia, les nouvelles technologies, la société de l'information, la convergence des télécommunications et de l'audio-visuel,... sont des sujets qui font l'objet d'un grand nombre de rapports, d'articles et d'ouvrages au travers de l'Europe. Pourtant peu d'information existe sur la situation du Luxembourg dans ces secteurs.

Cette situation paraît d'autant plus curieuse que le Grand-Duché est un pays fortement tourné vers le secteur des télécommunications, de l'audiovisuel et des nouvelles technologies. Il dispose d'un environnement économique et social particulièrement favorable au développement d'activités dans ces secteurs. La preuve en est le foisonnement de petites sociétés impliquées dans les nouvelles technologies, et l'émergence de véritables pôles d'activités dans ces domaines, avec le Technoport Schlassgoart et le Médiaport au Château de Betzdorf.

Une demande existe pour avoir de l'information fiable et neutre sur les marchés, les forces en présence, le positionnement du pays par rapport à ses

voisins et au reste de l'Europe et du monde, les tendances, les impacts des nouvelles technologies sur l'activité économique du pays.

Le Centre de recherche public Henri Tudor, et plus particulièrement son département multimedia, récemment rebaptisé «New Media Group», a réalisé en tant qu'acteur neutre et central dans le domaine des nouveaux médias au Luxembourg, une étude de cadrage sur le sujet.

Cette étude vise à montrer que le Luxembourg est un pays qui comprend un grand nombre de particularismes du fait de sa situation économique, géographique et démographique, particularismes qui se reflètent dans son implication dans le large secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Le Luxembourg est un pays qui a su tirer partie des évolutions au niveau européen, et qui est donc passé en moins d'un demi-siècle d'une activité majoritairement agricole à l'ère industrielle, avant de favoriser l'émergence du secteur tertiaire (et en particulier des banques et des assurances), et maintenant de promouvoir fortement le développement des activités dans le secteur des NTIC.

L'étude, disponible en téléchargement gratuit depuis le site Web du New Media Group (www.nmg.lu) se veut un état des lieux de la situation au Luxembourg en matière de nouveaux médias à la fin 1998. Elle a pour but de dresser un tableau le plus objectif possible, en présentant les acteurs en présence, l'en-

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!



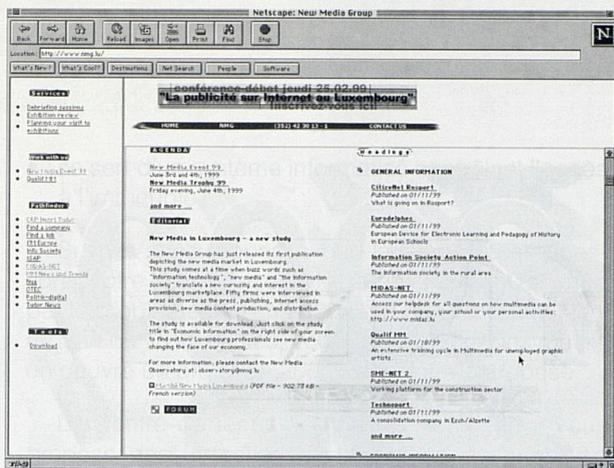
CREDITLEASE

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



L'étude est disponible sur internet (www.nmg.lu)

vironnement économique et technologique, les circonstances qui ont amené à la situation que l'on connaît aujourd'hui, des indicateurs et des données chiffrées pour mieux comprendre le contexte,...

Bien que s'appuyant sur un grand nombre de documents, études, rapports, articles, statistiques, afin de situer le Luxembourg dans un paysage européen et international, la partie principale de l'étude s'appuie sur les entretiens menés dans le courant de l'automne avec une cinquantaine d'acteurs variés du secteur (fournisseurs d'accès Internet, développeurs de sites, éditeurs, journalistes, concepteurs multimedia, distributeurs, libraires,...). Afin d'avoir un paysage le plus représentatif possible de la situation, les acteurs leaders comme les plus petites sociétés ont été interrogés. L'exhaustivité n'a pas été visée. Toutefois, étant donnée la taille du pays, on peut estimer qu'une cinquantaine d'interviews permet d'avoir déjà une vue représentative du marché.

L'enquête a volontairement visé large dans un secteur multiformes et en constante évolution, et a donc abordé les domaines gravitant autour de la connexion Internet, la création de sites, l'édition, la presse, la distribution,... Les objectifs de cette étude étaient de comprendre comment s'organisait le marché luxembourgeois, d'interroger les acteurs sur l'évolution de leur métier, de discuter et de réfléchir avec eux sur leur façon d'imaginer l'avenir, sur leur positionnement face à des concurrents d'un autre genre ou venus d'ailleurs, sur la situation du pays et les particularismes du marché grand-ducal. Affirmations, contradictions, hésitations se côtoient dans ce tableau, preuve que le Luxembourg est, comme la plupart des pays européens, en pleine phase d'expansion de ses activités dans les NTIC.

Les informations tirées de ces entretiens ont permis de rédiger un rapport très dense et complet, à l'image de ce secteur foisonnant. Les tendances qui découlent de cette étude devraient aider à éclairer le marché sur les directions à prendre, sur les menaces ou les opportunités, sur l'urgence à attendre ou à agir au plus vite, et globalement lui donner un «instantané» de la situation.

Les missions de l'Observatoire des nouveaux médias

L'Observatoire des nouveaux médias s'est donné pour objectifs d'être un lieu d'information et de ren-

contres pour les entreprises luxembourgeoises intéressées ou impliquées dans les nouveaux médias. Il recueillera donc les données éclatées qui existent et analysera les informations technologiques, commerciales et sociales provenant des marchés au niveau local, régional, européen et mondial, afin d'en dégager les principaux impacts et tendances.

L'Observatoire des nouveaux médias se propose d'identifier et d'analyser les nouveaux paradigmes qui apparaissent en Europe et ailleurs dans le monde dans les domaines variés qui composent le multimedia, comme le commerce ou l'édition électronique, la publicité sur Internet, la convergence des secteurs de l'informatique et de l'audio-visuel,... pour en informer les entreprises locales et les aider à devenir plus compétitives. Le but essentiel de l'Observatoire est de proposer une information concrète, directement exploitable par les entreprises.

En effet, peu d'entreprises ont une visibilité vers l'étranger, et notamment les PME, très nombreuses au Luxembourg. L'Observatoire aura pour mission d'étudier ce qui se fait à l'étranger dans ces domaines, et d'en déduire des projections pour le Luxembourg, en connaissance du contexte économique et technologique particulier du Grand-Duché.

En effet, le marché du multimedia est une industrie, et les entreprises ont besoin de savoir comment fonctionne ce marché. Quelles en sont les règles, les nouveaux modèles de développement,...

L'Observatoire des nouveaux médias fonctionne sur le principe du partenariat. En effet, il désire refléter le plus fidèlement possible le marché luxembourgeois et offrir des services adaptés aux entreprises. Un comité d'accompagnement a donc été créé, qui comprend des entreprises et institutions du marché. Il permettra à l'Observatoire d'orienter ses choix, d'échanger des informations et de recueillir des avis, tout en acquérant une connaissance approfondie du marché et de son fonctionnement.

Le comité d'accompagnement est composé des sociétés et organismes suivants: le Service des médias et de l'audiovisuel du Ministère d'Etat, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, la Chambre des Métiers du Luxembourg, la CLT-UFA, la Banque Internationale du Luxembourg (BIL), l'Entreprise des Postes et Télécommunications, la Société européenne des satellites, le Service central de la statistique et des études économiques (STAT-TEC), l'Institut luxembourgeois de recherches sociales et d'études de marchés SA (ILReS), l'hebdomadaire Letzeburger Land.

Pour de plus amples informations, merci de contacter l'Observatoire des nouveaux médias, New Media Group, c/o CRP Henri Tudor, 6 rue Coudenhove Kalergi, L-1359 Luxembourg-Kirchberg, tél.: (+352) 42 59 91 1, fax: (+352) 42 59 91 275, e-mail: observatory@nmg.lu, <http://www.nmg.lu>.

Passage à l'an 2000

Beaucoup de PME sous-estiment le problème

Le 16 novembre 1998 la Chambre de Commerce et le CRP-Henri Tudor ont lancé une vaste campagne d'information visant à sensibiliser les entreprises à la réalité du problème du passage à l'an 2000 et à les inciter à prendre toutes les dispositions appropriées pour l'éviter. L'ensemble des chambres et fédérations professionnelles ainsi que le gouvernement, via les ministères de l'économie, des classes moyennes et de la communication sont mobilisés autour de cette campagne nationale.

Même si des progrès importants ont été réalisés au cours des trois derniers mois, trop d'entreprises luxembourgeoises sous-estiment encore l'impact du problème informatique de l'an 2000. Les cadres des grandes entreprises doivent prendre conscience qu'il reste très peu de temps pour se préparer et que leur incompatibilité en 2000 pourrait bien affecter d'autres entreprises.

À moins de 325 jours de l'échéance de l'an 2000, il est essentiel que les entreprises, en particulier celles qui ont mis du temps à agir, rattrapent le temps perdu. Des efforts considérables sont encore nécessaires. Ces efforts reposent sur un degré de collaboration extraordinaire entre la plupart des partenaires publics et privés.

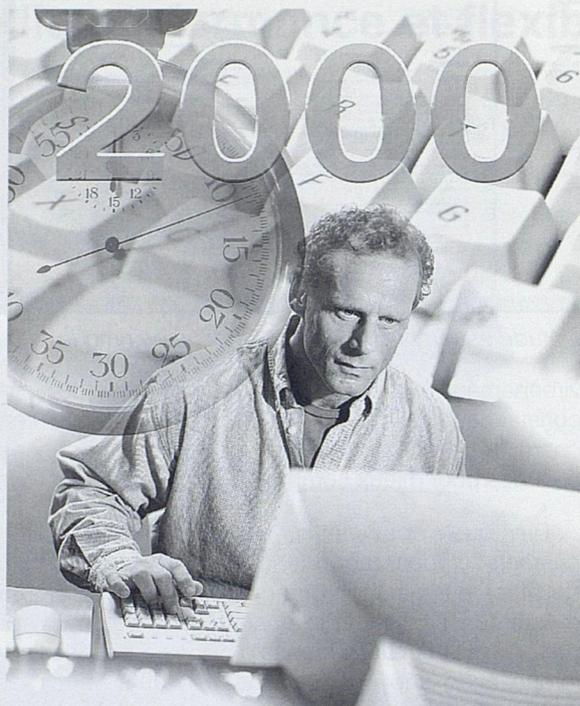
Le groupe Gartner, spécialisé dans la consultance en informatique, a publié une étude sur les conséquences économiques suite à la problématique de l'an 2000. Suivant le Groupe Gartner 70% des entreprises seront prêtes fin 1999 pour le passage dans le nouveau millénaire. Prenez la situation en main, afin que votre entreprise ne figure pas parmi les 30% restants.

Qu'est-ce que le « problème de l'an 2000 » ?

Le problème informatique associé à l'an 2000 découle de la méthode de représentation de l'année par deux chiffres au lieu des quatre chiffres habituels (par exemple «97» pour désigner «1997»). Ainsi, lorsqu'on entre les chiffres «00» pour indiquer l'an 2000, l'ordinateur peut déterminer qu'il s'agit de l'an «1900» ou une anomalie peut se produire. Ce problème touche de nombreuses technologies et applications d'affaires actuelles: logiciels de comptabilité, réseaux, matériel électronique, systèmes embarqués, etc.

Peut-on attendre encore ?

Surtout pas! Le temps presse. Les entreprises de grande taille qui n'ont pas déjà un projet pilote sont très en retard et prennent des risques conséquents.



Les entreprises qui ne passeront pas l'an 2000 dans de bonnes conditions risquent de connaître des difficultés économiques importantes. Il revient aux directions informatiques de tirer la sonnette d'alarme auprès des directions générales et opérationnelles. La responsabilité individuelle d'un PDG peut être engagée si l'absence de prise en compte du problème met en danger des vies humaines (par exemple dans le domaine biomédical). Un patron peut être poursuivi si, par sa négligence, il compromet l'actif social de son entreprise.

Quelle est l'étendue du problème ?

L'aspect applicatif n'est que la partie émergée de l'iceberg. Le problème est surtout électronique. Tous les systèmes, des microprocesseurs aux équipements réseaux, des systèmes embarqués aux télécoms, sont susceptibles d'être touchés par ce « mé-gavirus ».

Etes-vous touché par le problème de l'an 2000 ?

Est-ce que votre entreprise:

- utilise un ordinateur, un télécopieur, un téléphone, un téléphone cellulaire, une caisse enregistreuse, des horloges de pointage?
- est munie d'un réseau d'ordinateurs?
- utilise de l'équipement ou des machines de production informatisées?
- dispose d'avertisseurs antivol ou d'incendie, d'extincteurs, de dispositifs d'éclairage automatiques?
- utilise des logiciels de gestion programmés à l'aide d'anciennes langues de programmation

- se sert d'un système informatisé contrôlant l'accès à l'immeuble?

Si vous avez répondu «oui» à l'une de ces questions, votre entreprise est vraisemblablement touchée par le problème de l'an 2000. Afin d'éviter toute interruption de vos activités, vous devez à tout prix mettre en oeuvre un projet an 2000 dans votre entreprise.

Le Centre de recherche public Henri Tudor vous propose des formations à la gestion de projet An 2000, au plan de secours An 2000, ainsi qu'une assistance individuelle et personnalisée. Le site Internet du CRP-HT (www.crpht.lu/an2000) vous offre tous les renseignements nécessaires autour de la problématique An 2000, n'hésitez pas à le visiter régulièrement et à utiliser le forum ou le courrier électronique pour demander des approfondissements. Pour de plus amples renseignements: Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39 - 330 (M. Marc Faber) ou Centre de recherche public Henri Tudor, tél : 42 59 91-1, fax: 43 65 23.

Problématique de l'an 2000 et responsabilité

Premiers cas de jurisprudence en France

Afin de gérer au mieux les risques de dysfonctionnement informatique liés au passage à l'an 2000, il est recommandé aux entreprises de s'informer auprès de leurs fournisseurs de matériels informatiques sur les risques encourus. Il est préconisé de saisir par lettre officielle tous les fournisseurs pour qu'ils garantissent la compatibilité à l'an 2000 des matériels, logiciels et systèmes fournis, ou qu'à défaut, ils indiquent les adaptations ou les remplacements nécessaires. Cependant, les actions de prévention en amont risquent de ne pas résoudre tous les problèmes et les préjudices annoncés incitent déjà certains utilisateurs (« futures victimes ») à rechercher par anticipation la responsabilité de leurs fournisseurs.

Deux décisions de jurisprudence apportent des éclairages sur cette recherche de responsabilité.

Dans la première affaire, une société avait acquis en 1986 du matériel informatique et signé un contrat de licence d'utilisation d'un logiciel de gestion (LIMA) doublé d'un contrat de maintenance. En 1996, le fournisseur proposa au client le remplacement du logiciel LIMA par une version LIMA 2 afin de garantir l'adaptation du matériel aux dates postérieures à l'an 2000. La société client demanda que les transformations proposées soient réalisées à titre gratuit en vertu d'un engagement écrit du fournisseur d'assurer gratuitement et sans limitation de durée la maintenance et la disponibilité des nouvelles versions du logiciel. Le

fournisseur, confirmant qu'une obligation de garantie et de maintenance avait bien été consentie, estima que cette garantie ne couvrirait pas toutes les évolutions technologiques postérieures à l'achat du logiciel.

Saisi du différend, les juges ont écarté la responsabilité du fournisseur informatique après avoir recherché quelle avait été la commune intention des parties au moment de la conclusion du contrat et vérifié si les obligations contractuelles en découlant avaient bien été respectées. Les arguments du tribunal sont les suivants:

«le domaine de l'engagement porte sur la fourniture des nouvelles versions du logiciel et la maintenance; la fourniture de nouvelles versions doit s'entendre des versions améliorant le fonctionnement du produit sans que les modifications opérées incluent des fonctionnalités nouvelles non offertes par le logiciel de base; la maintenance assurée ne comprend, à défaut d'autres précisions contractuelles, que la correction des incidents (bugs) de fonctionnement du logiciel; la durée de l'engagement mentionnée comme 'sans limitation de durée' doit s'entendre en rapport avec le taux d'obsolescence du logiciel; il n'est, en effet, pas concevable, qu'un tel engagement soit à perpétuité et n'ait pas un terme en rapport avec les usages professionnels et les réalités économiques» (TGI MACON, 28 septembre 1998).

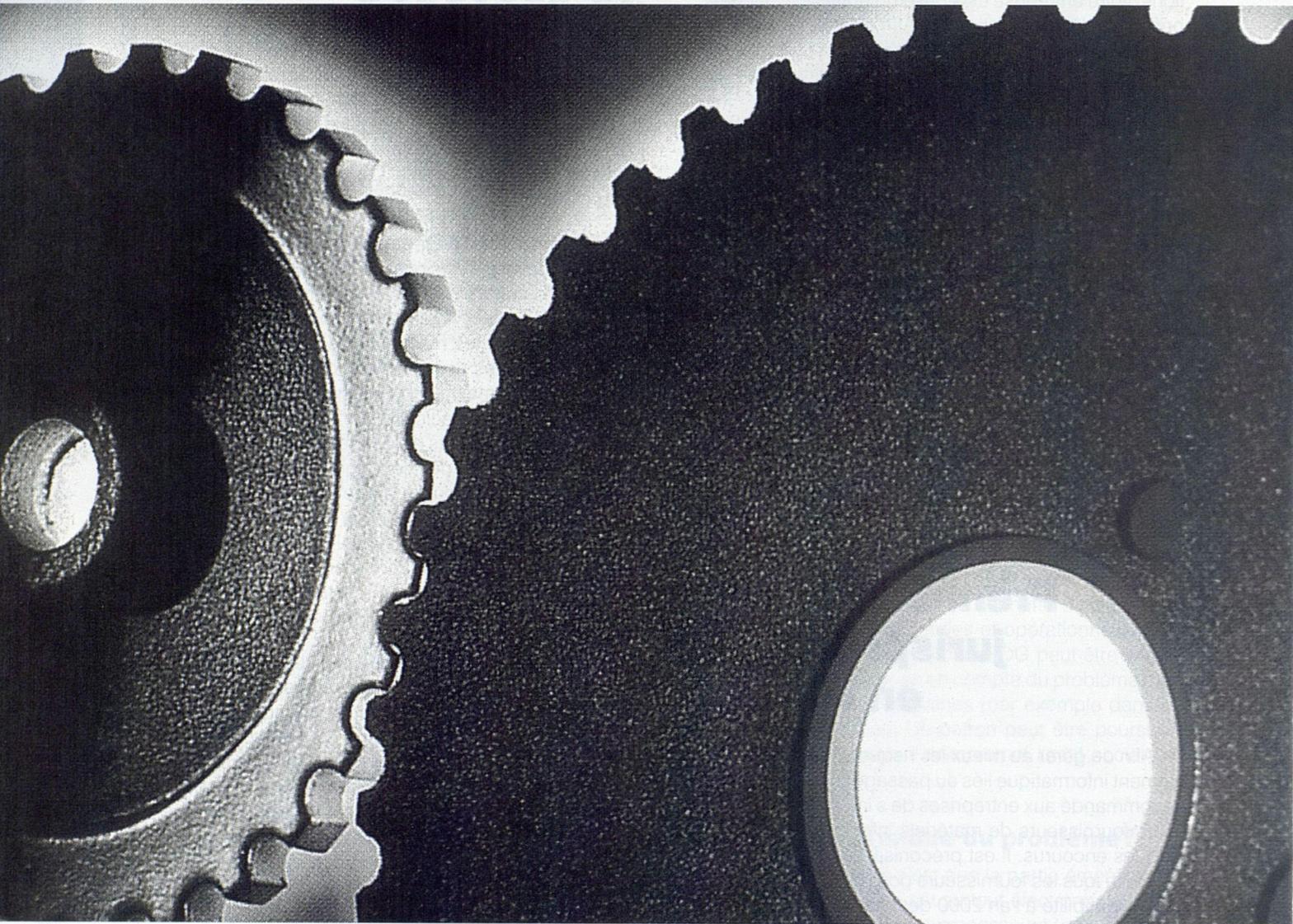
Dans la seconde affaire, une société qui proposait un service de gestion informatique du secrétariat avait acquis un progiciel de gestion des agendas professionnels après avoir participé à sa mise au point. Ce progiciel avait été commercialisé par une société qui en n'était pas l'auteur. Ayant recherché la responsabilité du vendeur pour absence de système de passage à l'an 2000, la société utilisatrice a été déboutée par les juges du fond aux motifs suivants:

- le manquement à l'obligation d'information et de conseil ne peut être retenu contre le vendeur, car la société client qui était familière de l'informatique et avait de surcroît collaboré à la réalisation du logiciel ne pouvait ignorer les possibilités et les limites de ce dernier;
- la société qui a commercialisé le logiciel n'étant pas titulaire des droits sur ledit logiciel (elle n'en est pas l'auteur) ne peut être contrainte de fournir à son client les codes sources qui permettraient d'adapter le logiciel à l'an 2000;
- on ne saurait imposer à un fournisseur de matériels informatiques la garantie d'un usage perpétuel prévue par l'article 1615 du Code civil. En effet, dans un domaine technique particulièrement évolutif et où il est constant que les impératifs du passage à l'an 2000 n'ont pas été pris en compte par l'ensemble des professionnels jusqu'à une date récente, aucun manquement ne saurait être reproché au vendeur. (T. Com. Créteil, 16 juin 1998).

(Source: 4 pages juridiques, CCI Strasbourg)

RIEN NE TRADUIT MIEUX L'INTERACTION

ENTRE VOUS ET NOUS



Crédits d'investissement, de caisse et d'équipement, aides étatiques,
leasing et conseils en placements:

NOUS CONTRIBUONS À TRANSFORMER

VOTRE ÉNERGIE EN RÉSULTATS

**CREDIT
EUROPEEN**

Département Entreprises, 52, route d'Esch L-2965 Luxembourg © 44 99 15 01



Conversion du capital et différences d'arrondis

La récente loi du 10 décembre 1998 vient de préciser la procédure de conversion par les sociétés commerciales de leur capital en euros et le traitement des différences résultant de l'application des règles d'arrondi.

I) Conversion du capital

Ainsi, les sociétés anonymes, les sociétés à responsabilité limitée n'ayant pas plus de vingt-cinq associés, les sociétés coopératives et les sociétés en commandite par actions luxembourgeoises, dont le capital est exprimé dans l'une des devises d'un des Etats membres de la Communauté européenne qualifiés pour la monnaie unique, peuvent, à partir du 1^{er} janvier 1999 et jusqu'au 31 décembre 2001, convertir leur capital en euro, par décision, actée sous seing privé, respectivement de l'assemblée générale, ou, dans le cas des s.à r.l. de moins de 25 associés, des associés.

Rappelons ici que la conversion du capital d'une entreprise en euro se fera automatiquement au 1^{er} janvier 2002, date de généralisation de l'utilisation de l'euro et du début du retrait des monnaies nationales.

Dans le cadre de cette conversion, il peut être procédé à une augmentation de capital par incorporation de réserves, de primes d'émission, de plus-values de réévaluation ou de bénéfices reportés à concurrence, au choix de l'entreprise, de maximum 1000 euros ou de 4% du montant du capital souscrit avant l'augmentation de capital. Le capital autorisé peut être augmenté dans les mêmes limites.

Les actions ou parts portant mention d'une valeur nominale seront adaptées à la nouvelle expression et au nouveau montant du capital social ou verront la mention de la valeur nominale supprimée.

A partir de l'entrée en vigueur de la présente loi, l'assemblée générale, ou, dans le cas des s.à r.l. de moins de 25 associés, les associés peuvent égale-

ment, par décision actée sous seing privé, autoriser le conseil d'administration ou le ou les gérants à prendre la décision, également actée sous seing privé, de convertir le capital de la société en euros. Cette autorisation n'est évidemment valable que jusqu'au 31 décembre 2001.

L'assemblée générale ou, pour ce qui est des s.à r.l. de moins de 25 associés, les associés, statuent à la majorité simple sans conditions de représentation minimale du capital social.

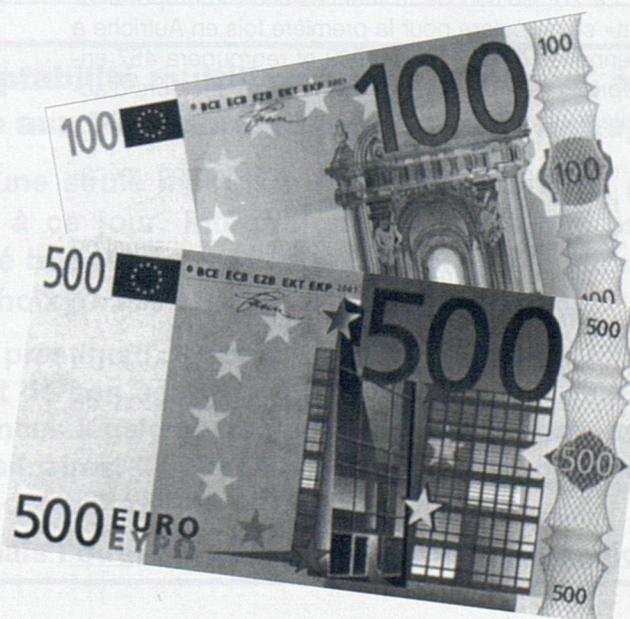
Les convocations pour toute assemblée générale appelée à se tenir entre la date d'entrée en vigueur de la présente loi et le 31 décembre 2001 dans le cadre de cette conversion ou de son autorisation sont faites par une annonce insérée huit jours au moins avant l'assemblée dans un quotidien luxembourgeois.

Les dispositions générales relatives au dépôt, à la consultation et à la publication des actes s'appliquent aux décisions prises dans le cadre de la présente conversion de capital. Par contre, le remplacement dans les statuts de toute référence à l'écu par une référence à l'euro, possible à partir du 1^{er} janvier 1999, ne constitue pas une modification des statuts, l'acte sous seing privé constatant cette décision n'étant dès lors pas publié au mémorial.

Ces décisions dérogent donc, notamment en matière de formalisme et de quorum aux dispositions générales applicables aux sociétés commerciales telles que prévue dans la loi modifiée du 10 août 1915 et ne s'appliquent que spécifiquement à la conversion vers l'euro.

II) différences d'arrondis

En ce qui concerne le traitement des différences résultant de l'application des règles d'arrondi, la différence d'au plus une unité ou sous-unité monétaire constatée entre le montant originel d'une créance et le résultat de ses conversions ou reconversions successives selon les règles établies n'affecte pas le caractère libératoire du paiement ou l'exactitude de l'inscription en compte dont la créance originelle fait l'objet.



EUROPARTENARIAT AUTRICHE 1999

Le Salon mondial de la coopération –

«Vous ne réaliserez pas la compétitivité mondiale si vos horizons ne s'étendent pas au-delà des marchés européens»

Sir Leon BRITTAN
Vice-Président de la Commission européenne

Depuis ses débuts en 1987, le Salon mondial de la petite et moyenne entreprise «EUROPARTENARIAT» s'est affirmé comme **le rendez-vous le plus important afin de promouvoir la croissance, le développement et la compétitivité des PME-PMI européennes**. Créé par la Commission européenne dans le cadre de sa politique régionale et d'entreprise (DG XV et DG XXIII) afin d'inciter les chefs d'entreprise à l'internationalisation et à la prospection de nouveaux marchés et horizons, **ce forum professionnel à la formule originale de partenariat entre entreprises** prévoit la participation de plus de 3.000 entreprises de près de 80 pays différents et offrira ainsi une véritable plateforme d'échanges et de rencontres décisives pour les entrepreneurs qui veulent relever les défis actuels du marché international.

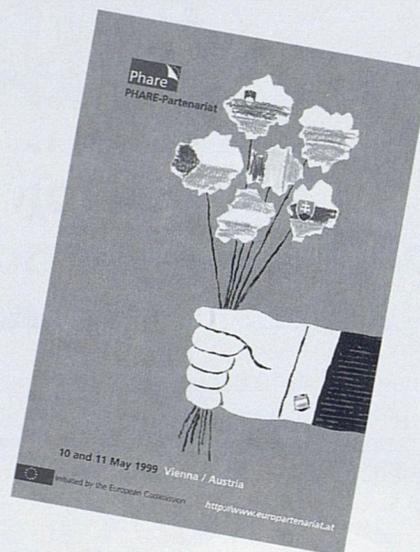
EUROPARTENARIAT AUTRICHE 1999:
Le Forum Professionnel des PME-PMI en Europe
Un GATEWAY vers les pays de l'Europe centrale et une plateforme d'investissement intéressante pour les entreprises luxembourgeoises

La 20^e édition de la manifestation «Europartenariat» se déroulera pour la première fois en Autriche à Vienne les 10 et 11 mai 1999 et regroupera 457 entreprises autrichiennes relevant de 13 secteurs d'activité différents, à savoir:

- Construction d'installations, construction mécanique
- Matériaux de construction, travaux de construction et services afférents
- Chimie, matières plastiques, verre
- Electricité et électronique
- Véhicules, technique de transport, transport de marchandises
- Bois, papier, imprimerie
- Transformation des métaux

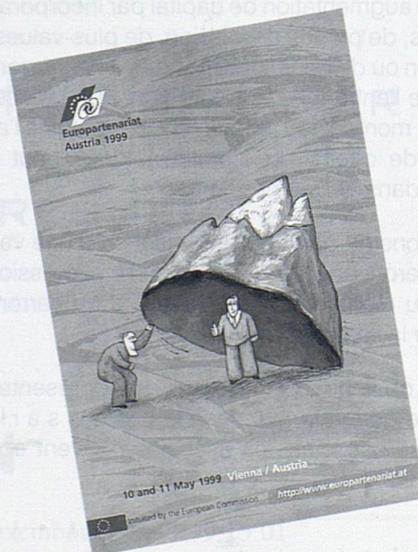


Europartenariat
The Netherlands 1998



- Meubles, artisanat, articles de sport, articles ménagers
- Produits agro-alimentaires et boissons
- Pharmaceutique, cosmétique, santé
- Textile, cuir, habillement
- Logiciels, logistique consulting, design
- Environnement, technologies écologiques, engineering.

En plus, pour la première fois dans le cadre d'un Europartenariat, une importance particulière est accordée aux pays d'Europe centrale et orientale, dont l'adhésion à l'UE est en cours de préparation. Ainsi, la manifestation verra la participation active des pays PHARE, dont notamment la Bulgarie, la République Tchèque, la Hongrie, la Roumanie, la Slovénie et la Slovaquie qui seront représentées en tant qu'exposants par 120 entreprises.



A l'occasion du Salon «EUROPARTENARIAT Autriche 1999», deux catalogues différents seront disponibles: un premier regroupant les profils de coopération des 457 entreprises autrichiennes et un deuxième pour les 120 entreprises des 6 pays PHARE associés.

La participation des PME-PMI luxembourgeoises à la manifestation «EUROPARTENARIAT Autriche 1999» est gratuite. Les entreprises intéressées devront uniquement prendre en charge les frais de déplacement.

Afin de faciliter l'accommodation logistique, l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI – Chambre de Commerce, dans sa fonction de conseiller national pour le Grand-Duché de Luxembourg, s'engage à s'occuper de toutes les formalités administratives nécessaires* (réservation des chambres d'hôtel et des billets de transport, planification des rendez-vous personnalisés, mise en contact) et à offrir une assistance technique sur place tout au long de la manifestation..

LE PROGRAMME «EUROPARTENARIAT Autriche 1999»

Société:	Nom:
Fonction:	Adresse:
Code postal:	Localité:
Téléphone:	Fax:
E-Mail:	homepage:

- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur le déroulement pratique du salon Europartenariat Autriche 1999.
- Je suis intéressé(e) à obtenir le catalogue avec les profils de coopération des 457 entreprises autrichiennes.
- Je suis intéressé(e) à obtenir le catalogue avec les profils de coopération des 120 entreprises des pays PHARE.
- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur toute autre action ou initiative similaire qui sera organisée au cours de l'exercice 1999.



Euro Info Centre Luxembourg PME/PMI – Chambre de Commerce

7, rue Alcide de Gasperi
LUXEMBOURG – KIRCHBERG
Adresse postale: L-2981 Luxembourg
Tél. 42 39 39-333 · Fax. 43 83 26
E-mail: eic@cc.lu
Personne de contact: Mlle Sabrina SAGRAMOLA

Euro Top Open Series



MCAssociates SA

Rue Marie Müller Tesch, 12-14
L - 4250 - Esch Sur Alzette
Tél 55 88 07 – Fax 55 88 08

Un progiciel de comptabilité multilingue sous Windows, à vocation Européenne, destiné aux Moyennes et aux Grosses Entreprises.

Saisie ultra rapide, d'une seule main, sur le pavé numérique, possibilités analytiques inégalées à ce jour, intégration aux outils Microsoft (Excel, Word, ...) , comptabilité budgétaire, gestion des immobilisations, ... sur la plate-forme de votre choix (*Oracle 8, Pervasive SQL, SQL Server*).

Utilisé par des clients prestigieux depuis plus de deux ans, ETOS a fait la preuve de sa fiabilité et de son adaptation à l'Euro & à l'an 2000 . Il répond parfaitement aux exigences légales luxembourgeoises en matières de : TVA, bilan, Intrastat, liens bancaires, ... N'hésitez pas à nous contacter pour une démonstration de ses possibilités.

ETOS PA/4 est désormais l'outil de référence de nombreuses fiduciaires.

EURO REGIO PARTNERS'99

La bourse de coopération européenne pour les entreprises du secteur des nouvelles technolo- gies de l'information

Après le Luxembourg en 1996 et les Pays-Bas en 1998, c'est à Sarrebruck en Allemagne qu'aura lieu les 24 et 25 juin 1999 la 3^e édition de la manifestation Euro Regio Partners.

Organisée par l'Agence de productivité et technologie de la Sarre (ZPT e.V.) et son Euro Info Centre en collaboration avec les Euro Info Centres de Trèves, Nuremberg, Luxembourg, 's Hertogenbosch ainsi que les Chambres de Commerce et d'Industrie de Moselle et de Meurthe-et-Moselle, l'International Trade Opportunities du Nord-Pas de Calais, la Scottish Trade International, la société de conseil Est-Ouest de Pologne, Action-9 de Liège ainsi que Korridoren de l'Est-Jutland au Danemark, cette bourse de coopération s'inscrit dans le cadre du programme INTERPRISE mis en place par la Direction Générale XXIII (Politique d'entreprise) de la Commission européenne afin de promouvoir la coopération entre PME-PMI de l'Union européenne.

• **Les contacts d'affaires internationaux vous intéressent-ils ?**

- **Votre entreprise souhaite-t-elle prospecter de nouveaux marchés et trouver de nouveaux partenaires professionnels en Europe ?**

ALORS SAISISSEZ L'OCCASION ET PARTICIPEZ LES 24 & 25 JUIN 1999 A L'EURO REGIO PARTNERS'99:

LA BOURSE DE COOPERATION POUR LES PME-PMI DU SECTEUR DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET DE LA COMMUNICATION!

Cette bourse de coopération réunira ainsi des entreprises du secteur IT de 8 pays différents, à savoir: Allemagne, Luxembourg, Belgique, Pays-Bas, Ecosse, France, Danemark et Pologne.

Un catalogue dans lequel figureront les profils des sociétés participantes, en français, allemand et anglais, sera disponible deux mois avant la manifestation.



Différents types de coopération sont recherchés, à savoir:

- Joint-venture
- Sous-traitance
- Accords commerciaux
- Distribution
- Accord de distribution et points de vente
- Service après vente
- Franchise
- Représentation commerciale
- Logistique
- Echange de savoir-faire
- Transfert de technologies
- Accords de production
- Droit de fabrication
- Brevets et licences
- Offre/demande de capitaux (capitaux propres)
- Reprises / fusions / acquisition de parts dans une société
- Création d'entreprise
- Offre / demande de participation financière.

L'Euro Info Centre Luxembourg, en tant que partenaire national pour le Luxembourg, se chargera des inscriptions à la manifestation et offrira aux entreprises nationales participantes une assistance technique sur place tout au long des deux journées de rencontres.

«EURO REGIO PARTNERS'99»

- La Bourse de coopération européenne pour les entreprises du secteur des Nouvelles technologies de l'information et de la communication. -

24 & 25 juin 1999 à Sarrebruck

Société: _____

Nom: _____ Fonction: _____

Adresse: _____

Code postal: _____

Localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-Mail: _____ homepage: http:\\ _____

- Je désire connaître les conditions de participation au salon «EURO REGIO PARTNERS'99».
- Je désire figurer en tant qu'entreprise luxembourgeoise dans le catalogue qui sera édité à l'occasion du Salon «EURO REGIO PARTNERS '99».
- Je suis intéressé(e) à disposer d'un stand pour ma société au cours du Salon «EURO REGIO PARTNERS'99».
- Je désire recevoir le Catalogue «EURO REGIO PARTNERS'99».
- Je désire avoir des renseignements sur des manifestations similaires organisées au cours de l'exercice 1999.



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

7, rue Alcide de Gasperi
LUXEMBOURG/KIRCHBERG
Adresse postale: L-2981 Luxembourg
Tél: 42 39 39-333
Fax: 43 83 26

Personne de contact: Mlle Claudine SCHLESSER
E-Mail: eic@cc.lu

Merkur 2.1999

EIC

L'EURO INFO CENTRE LUXEMBOURG PME / PMI - CHAMBRE DE COMMERCE

Depuis 1987 au service des PME/PMI luxembourgeoises

Le nouveau dépliant du service de l'Euro Info Centre est désormais disponible auprès de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.

Afin d'informer, d'assister et de conseiller aussi efficacement que possible les PME-PMI nationales, l'Euro Info Centre agit en tant qu'accompagnateur technique permanent des petites et moyennes entreprises industrielles et commerciales sur le terrain et offre une assistance générale de conseil/expertise dans les matières communautaires et les formalités administratives les plus diverses.

Pour y parvenir, une infrastructure professionnelle locale renforcée a été mise en place en partenariat avec l'ABBL, l'ACA, la Confédération du Commerce luxembourgeois, la FEDIL et l'HORESCA.

Appuyé par les 5 fédérations professionnelles patronales de son ressort représentant et défendant au quotidien les intérêts des PME/PMI des secteurs industriel, commercial, financier, hôtelier et des services, l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI - Chambre de Commerce vise à renforcer encore davantage l'impact qualitatif de l'information et de l'as-

L'EURO INFO CENTRE-LUXEMBOURG PME/PMI - CHAMBRE DE COMMERCE

- Depuis 1987 au service des PME-PMI luxembourgeoises -



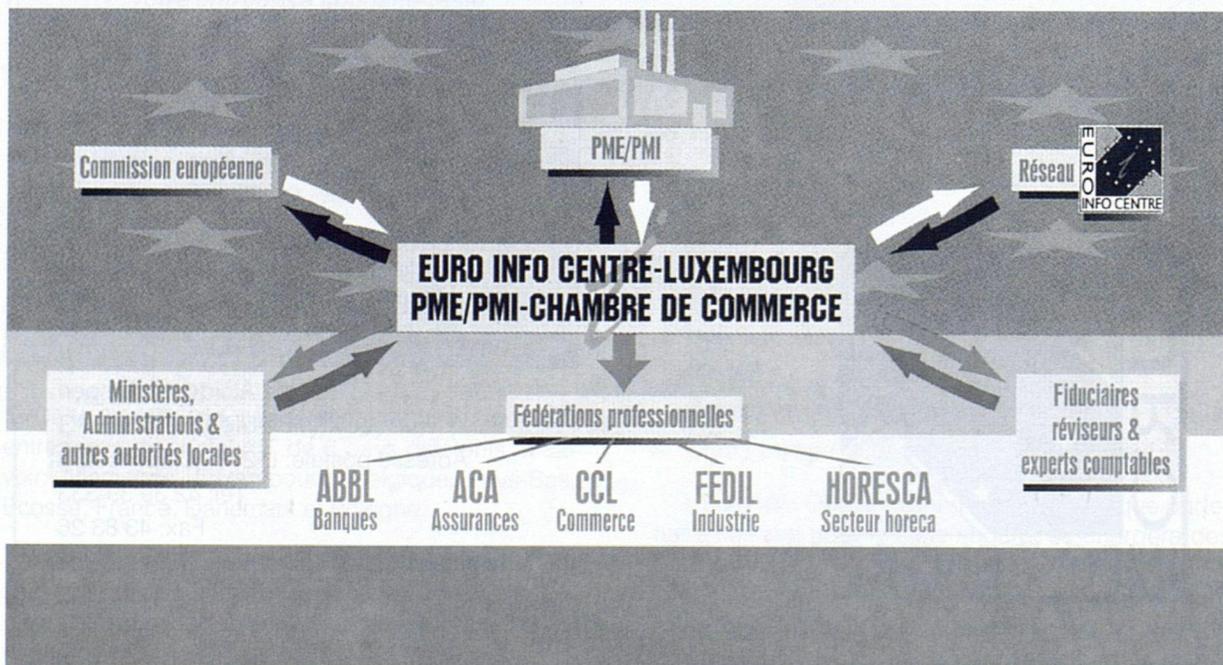
Premier guichet d'accès à
l'information communautaire
au service des entreprises

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

sistance communautaire fournies aux entreprises luxembourgeoises, ceci notamment par l'approfondissement du travail en commun et le développement de synergies d'actions innovantes et constructives.



BON DE DÉMONSTRATION EXCELLENT

Oui, le revendeur Cubic le plus proche peut prendre contact avec moi pour une démonstration complète - gratuite et sans engagement de ma part - d'Excellent.

Prénom: Nom:

Fonction: Société:

Activité/secteur:

N° de série de Cubic (uniquement pour clients):

Logiciel actuel:

Rue: N°:

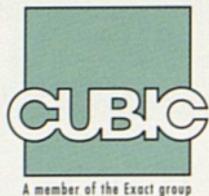
Code postal: Localité:

Tél.: Fax:

E-mail:

Lux-M

Renvoyez le bon complété sans l'affranchir ou faxez-le au **02/711 16 25**



**Ne pas
affranchir**

**Cubic sa
Numéro de réponse 3
1930 Zaventem**

**L'Euro Info Centre-Luxembourg
PME/PMI –
Chambre de Commerce:
Le partenaire de votre
entreprise**

L'EIC organise régulièrement des séances d'information sur les thèmes communautaires les plus divers: Marquage CE, Marchés publics, Financements communautaires, Sous-traitance, Santé et sécurité au travail, Normalisation, Euro, Internationalisation des PME, Délais de paiement et Multimédias.

En ce qui concerne les salons et forums professionnels, l'EIC met à disposition un service de coopération très varié visant à faciliter et à encourager les coopérations potentielles entre entreprises au niveau transnational et international ainsi qu'à développer l'esprit de compétitivité et d'expansion des PME-PMI luxembourgeoises.

Dans le contexte du partenariat, il y a lieu de relever les programmes:

- BRE et BC NET, réseaux communautaires regroupant environ 500 correspondants spécialisés dans le partenariat entre entreprises européennes.
- EUROPARTENARIAT, forum professionnel européen des affaires, dont 2 manifestations sont organisées annuellement à travers l'Union européenne.

En 1998, l'Europartenariat The Netherlands qui a eu lieu à Apeldoorn aux Pays-Bas les 11 et 12 juin et l'Europartenariat España se déroulant à Valencia les 12 et 13 novembre 1998, ont été très fructueux pour les PME luxembourgeoises. En effet, la délégation nationale de Apeldoorn était composée de 29 PME luxembourgeoises. Pour Valencia, l'EIC a réussi à mobiliser 20 entreprises nationales.

- INTERPRISE, bourses d'affaires sectorielles favorisant le contact entre entreprises à travers des rendez-vous personnalisés en fonction des besoins précis exprimés, dont relève le salon international de la coopération «EURO REGIO PARTNERS» qui a eu lieu pour la première fois à Luxembourg en 1996, à 's Hertogenbosch aux Pays-Bas en 1998 et dont la 3^e édition se tiendra à Sarrebruck en Allemagne les 24 et 25 juin prochains.
- IBEX, promotion et participation à des salons inversés permettant des rencontres pré-enregistrées entre grandes entreprises et PME, dont une manifestation a été organisée à Libramont en Belgique du 24 au 27 novembre 1998 avec la participation de 8 PME luxembourgeoises.

L'EIC est également partenaire national chargé de l'exécution du Projet MIDAS-NET NODE LUXEMBOURG, projet se déroulant dans le cadre du pro-

gramme communautaire INFO2000 et qui vise à stimuler les entreprises nationales à l'utilisation des applications multimédias.

Divers séminaires ont été organisés au courant de l'année 1998 sur des sujets divers:

«Les relations des banques avec les entreprises à l'ère électronique», «Le porte-monnaie électronique» et «La Signature Digitale» – séminaires auxquels les PME ont porté un grand intérêt avec en moyenne une centaine de PME participant à chaque séminaire.

Dans le cadre du programme communautaire SAFE/PR-EVENTS, l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce, en tant que coordinateur national et européen du projet, a organisé plusieurs manifestations pour la promotion de bonnes pratiques de santé et de sécurité sur le lieu de travail, auxquelles ont participé plus de 400 PME et PMI luxembourgeoises.

Pour consulter l'Euro Info Centre Luxembourg PME / PMI – Chambre de Commerce et profiter pleinement de ses services, il suffit d'appeler, d'envoyer un fax, un courrier ou un E-mail qui explique votre requête ou problème. En cas de besoin, des entrevues personnelles sont également possibles.

Après analyse du dossier et étude de la problématique soulevée, l'EIC-Luxembourg fera le nécessaire afin d'apporter à vos questions une réponse aussi précise et rapide que possible.



**EURO INFO CENTRE-LUXEMBOURG
PME/PMI – Chambre de Commerce
auprès de la
Chambre de Commerce du Grand-Duché de
Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg
Adresse postale: L-2981 Luxembourg
Tél: 42 39 39-333
Fax: 43 83 26
E-mail: eic@cc.lu
homepage: <http://www.cc.lu>**

**Personne de contact:
Mlle Sabrina SAGRAMOLA**

Ventes hors taxes et emploi

La Commission propose des mesures adaptées

La Commission européenne a répondu à la demande du Conseil européen de Vienne, qui l'avait chargée d'examiner l'incidence sur l'emploi de la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires le 1^{er} juillet 1999 et les possibilités pour atténuer au maximum les problèmes éventuels, notamment une prorogation limitée. Sur la base de l'analyse qu'elle a effectuée, la Commission considère que la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires n'aura pas d'incidence négative d'envergure sur l'emploi en général, mais qu'une prorogation du régime engendrera une incertitude et désavantagera les détaillants normaux et les autres modes de transport. Comme pour la suppression de toute subvention qui fausse la concurrence, les éventuels problèmes d'emploi à court terme devraient être plus que compensés par la création d'emplois à long terme, en particulier si les recettes fiscales nationales actuellement perdues du fait des ventes hors taxes intracommunautaires sont utilisées pour alléger la fiscalité de la main-d'œuvre. Eu égard, cependant, à la priorité absolue que la Commission accorde à la création d'emplois, elle exhorte les États membres à résoudre au moyen des instruments appropriés des fonds structurels les éventuelles difficultés régionales ou sociales qui pourraient se poser à court terme. Il est également envisageable, si le Conseil des ministres de l'UE le souhaite, d'élaborer en plus une mesure financière communautaire taillée sur mesure pour résoudre tout problème spécifique et local directement lié à la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires. Toute prorogation de la période transitoire applicable aux ventes hors taxes intracommunautaires n'apporterait aucune solution aux problèmes d'emploi qui se poseront à court terme et ne ferait que retarder l'adaptation indispensable du secteur, de même qu'elle porterait préjudice aux opérateurs qui ont déjà commencé à s'adapter.

En 1991, le Conseil des ministres des finances de l'Union européenne avait décidé à l'unanimité, dans le cadre des mesures fiscales destinées à traduire le marché unique dans les faits, de supprimer les ventes hors taxes pour les voyageurs se déplaçant à l'intérieur de l'UE. Avec l'ouverture du marché unique et l'élimination des frontières fiscales, les notions d'importation et d'exportation de biens au sein de l'UE ont disparu. Les citoyens peuvent donc acheter des biens sans restrictions dans l'État membre de leur choix et ne payer les taxes correspondantes qu'à l'endroit de l'achat. Une période transitoire de sept ans et demi (expirant le 30 juin 1999) a été accordée aux opérateurs du secteur hors taxes pour leur permettre de s'adapter à la nouvelle situation et éviter ainsi les pertes d'emploi.

Le cadre confort des moments décisifs



OFFICE EQUIPMENT

IMAC

78, route de Longwy
L-8005 Helfent-Bertrange - G.-D. Luxembourg
Téléphone: 45 01 55 / 45 37 45 - 1
Fax: 44 23 72

Cependant, selon les chiffres communiqués par le secteur, le total des ventes hors taxes dans l'UE, au lieu de diminuer, s'est accru au cours de la période transitoire: il est passé de 3,6 milliards d'euros en 1991 à 5,8 milliards d'euros en 1996 (une progression de 61%).

Des études nationales réalisées par cinq États membres (Danemark, France, Irlande, Royaume-Uni et Suède) confirment que la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires n'aura pas d'incidence sur le niveau global de l'emploi, mais pourrait produire des effets de nature **spécifique et locale**. Afin d'approfondir la question, la Commission a demandé aux États membres de lui fournir des renseignements supplémentaires. Elle a reçu de toutes les administrations nationales des informations qui corroborent le point de vue selon lequel il n'y aurait pas d'incidence globale sur l'emploi. La conclusion de la Commission selon laquelle l'effet global sur l'emploi ne sera pas négatif se fonde sur les éléments suivants:

a) Les ventes vont se poursuivre

La demande croissante de services de transport, stimulée notamment par le marché unique, n'est pas susceptible d'être affectée par la suppression du régime des ventes hors taxes. Même les excursions d'un jour en ferry, qui permettent d'effectuer des

achats dans des États membres où les droits d'accise sont moins élevés, continueront d'exister. La plupart des voyageurs continueront de faire des escales pendant l'attente dans les aéroports ou pendant la traversée en ferry, même après la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires.

L'expérience des aéroports américains le confirme: l'expansion des centres commerciaux non exonérés s'y poursuit toujours. Un endroit attrayant disposant d'une clientèle «captive» constitue en soi un privilège.

b) Aujourd'hui déjà, l'avantage en matière de prix n'est pas important

L'écart entre certains prix hors taxes et taxes comprises est souvent très faible, en particulier pour les biens autres que le tabac. Il ne faut donc pas s'attendre à une incidence sensible sur le total des ventes, car la demande se déplacera vers d'autres produits (par exemple, les articles de luxe, les spécialités régionales).

c) Une partie seulement des emplois du secteur dépendent du volume des ventes

Le personnel affecté aux ventes hors taxes exerce souvent, en plus, des activités normales liées au transport. Dans le cas du personnel de cabine, c'est la réglementation en matière de sécurité, et non la productivité des ventes, qui détermine l'importance de l'effectif.

d) Des emplois seront créés dans les commerces normaux

Tout recul des ventes dans les aéroports et à bord des avions et des ferries sera probablement compensé par un accroissement correspondant des ventes des commerces normaux, dont les représentants se sont plaints auprès de la Commission de la distorsion de la concurrence résultant des ventes hors taxes. Il est donc improbable que la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires ait une incidence négative mesurable sur l'emploi dans la fabrication des biens actuellement vendus dans les boutiques hors taxes.

e) Supplément de recettes fiscales nationales

La Commission a calculé, sur la base d'une estimation prudente, qu'en 1996, le régime des ventes hors taxes avait privé les États membres de 2 milliards d'euros de recettes fiscales. Ce chiffre serait bien sûr plus élevé aujourd'hui, car les ventes hors taxes ont continué d'augmenter. Ce montant pourrait être utilisé plus utilement pour créer des emplois, par exemple en finançant un allègement des cotisations de sécurité sociale, ou en réduisant le taux de TVA sur les services à forte intensité de main-d'œuvre conformément à la proposition de directive que la Commission a présentée. La Commission a calculé qu'une réduction des coûts non salariaux de la main-d'œuvre de l'ordre de 1 milliard d'euros permettrait de créer environ 20.000 emplois.

Conformément au mandat que lui a confié le Conseil européen, la Commission a examiné l'incidence sur l'emploi d'une prorogation limitée des dispositions transitoires et les possibilités de résoudre directement les problèmes d'emploi.

Prorogation de la période transitoire

L'analyse effectuée par la Commission montre qu'aucune des diverses possibilités de prorogation limitée des ventes hors taxes intracommunautaires (poursuite de l'exonération de la TVA et des droits d'accise; prorogation limitée à certains secteurs, par exemple les ferries; introduction progressive des droits d'accise et application immédiate de la TVA) ne serait un instrument efficace pour s'attaquer aux problèmes temporaires d'emploi. Toute prorogation de la période transitoire engendrerait un climat d'insécurité juridique pour les entreprises et les citoyens. Le risque serait grand que les détaillants et les modes de transport ne bénéficiant pas du régime et exposés aux distorsions de concurrence qui résultent des ventes hors taxes intracommunautaires contestent devant les tribunaux la validité d'une prorogation.

Une prorogation du régime inciterait les opérateurs à retarder les investissements dans des activités de remplacement, comme des points de vente au détail non exonérés, ce qui aurait pour effet d'exacerber tout problème d'emploi résultant de la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires. En fait, comme le montre l'expérience de sept ans de période transitoire, les opérateurs sont susceptibles de mettre à profit toute prorogation pour accroître au maximum les bénéfices que leur permet de réaliser le régime hors taxes, plutôt que de s'engager dans des activités de substitution comme le commerce normal.

La prorogation d'une période transitoire fixée par une décision unanime du Conseil mettrait également en péril toute disposition de droit communautaire fondée sur une période transitoire. Elle serait en outre en contradiction avec le processus de coordination fiscale en cours, qui repose sur l'engagement politique des États membres à mettre en œuvre des systèmes fiscaux plus favorables à l'emploi en éliminant, sur un plan transfrontalier, les déficiences des régimes fiscaux.



COLAS & LANG

CONSEILS COMPTABLES ET FISCAUX

<p>■</p> <p>COMPTABILITE & BILANS</p> <p>■</p> <p>DECLARATIONS FISCALES</p> <p>■</p> <p>GESTION DE SALAIRES</p> <p>■</p> <p>TRAVAUX DE SECRETARIAT</p> <p>■</p>	<p>■</p> <p>6a, RUE DE LUXEMBOURG</p> <p>■</p> <p>L-5752 FRISANGE</p> <p>■</p> <p>TELEPHONE 66 18 90</p> <p>■</p> <p>TELEFAX 66 18 91</p> <p>■</p>
---	--

La Commission accorde une priorité absolue à l'emploi, et c'est précisément pour cette raison qu'elle considère qu'une solution uniforme telle qu'une prorogation limitée n'est pas appropriée. Il est préférable de procéder directement et immédiatement aux ajustements que requiert la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires, en s'attaquant à tout problème d'emploi spécifique et local susceptible de se poser. Il est plus efficace, du point de vue financier, d'accorder une aide ciblée là où elle est le plus nécessaire plutôt que de poursuivre l'application d'une mesure générique dont profitent essentiellement les liaisons les plus fréquentées.

Mesures destinées à résoudre les problèmes d'emploi spécifiques

En novembre 1998 (voir IP/98/1000), la Commission a exposé la manière dont les instruments existants des fonds structurels communautaires pouvaient être utilisés plus efficacement pour neutraliser les éventuelles conséquences de la suppression des ventes hors taxes intracommunautaires. Il reste environ 30 milliards d'euros d'engagements à exécuter au titre de la période de programmation en cours, qui expire le 31 décembre 1999. Les États membres ont le loisir de réaffecter des fonds s'ils jugent nécessaire de réagir aux difficultés sociales et locales résultant de la suppression du régime des ventes hors taxes intracommunautaires. À ce jour, les États membres n'ont cependant demandé aucune intervention. La Commission exhorte les États membres à lui soumettre des propositions de financement précises qu'elle examinera en toute priorité.

Il pourrait être envisagé de créer, en plus des instruments communautaires existants, un instrument nouveau et distinct, analogue aux mesures adoptées en 1992 pour aider les agents en douane à s'adapter à la suppression des contrôles aux frontières dans le marché unique. La Commission y est disposée si le Conseil en exprime le souhait. L'examen de la question supposerait une étude de faisabilité, et la mesure devrait être compatible avec les nouvelles perspectives financières.

Entrée en vigueur du Plan d'Action National en faveur de l'emploi 1998

La loi du 12 février 1999 concernant la mise en oeuvre du plan d'action national en faveur de l'emploi 1998 a été publiée au Mémorial A N° 13 du 23 février 1999. D'une façon générale, la loi entrera en vigueur le 1er mars 1999. Toutefois, certaines de ses dispositions auront un effet dans le passé et s'appliqueront rétroactivement avec effet au 1er janvier 1999.

Il s'agit notamment des dispositions relatives au congé parental, qui peuvent être invoquées par les

parents du chef des enfants nés après le 31 décembre 1998 ou dont la procédure d'adoption a été introduite auprès du tribunal compétent après cette date.

Il est à relever à cet égard que, pour les enfants nés entre le 31 décembre 1998 et le 1er mars 1999, le parent salarié qui entend exercer son droit au congé parental doit notifier sa demande à son employeur pour le 15 mars 1999 au plus tard.

La loi du 12 février 1999 porte essentiellement sur les points suivants:

- les mesures en faveur de l'emploi des jeunes, qui réorganisent la panoplie des stages pouvant être offerts aux jeunes: contrat d'auxiliaire temporaire, stage d'insertion, stage de réinsertion professionnelle;
- modification de la loi du 12 juin 1965 concernant les conventions collectives de travail;
- modification des réglementations concernant la durée du travail des ouvriers et des employés privés par l'introduction, d'une façon générale, d'une période de référence de 4 semaines pour la computation de la durée du travail;
- introduction du congé parental et du congé pour raisons familiales;
- réforme de la réglementation des jours fériés légaux; à partir de l'année 1999, si un jour férié légal tombe sur un dimanche, il sera remplacé par un jour férié de rechange à prendre individuellement par chaque salarié endéans un délai de 3 mois à partir de la date du jour férié ayant dû être remplacé;
- modification de la loi du 22 avril 1966 portant réglementation uniforme du congé annuel payé des salariés du secteur privé, pour préciser que le congé extraordinaire de 2 jours est dû aux pères en cas de naissance d'un enfant légitime ou naturel reconnu;
- prise en charge par l'Etat des cotisations des non-salariés en matière de prestations familiales.

La Chambre de Commerce publiera dans les prochaines éditions du Merkur des analyses plus détaillées des différents chapitres de la loi du 12 février 1999.

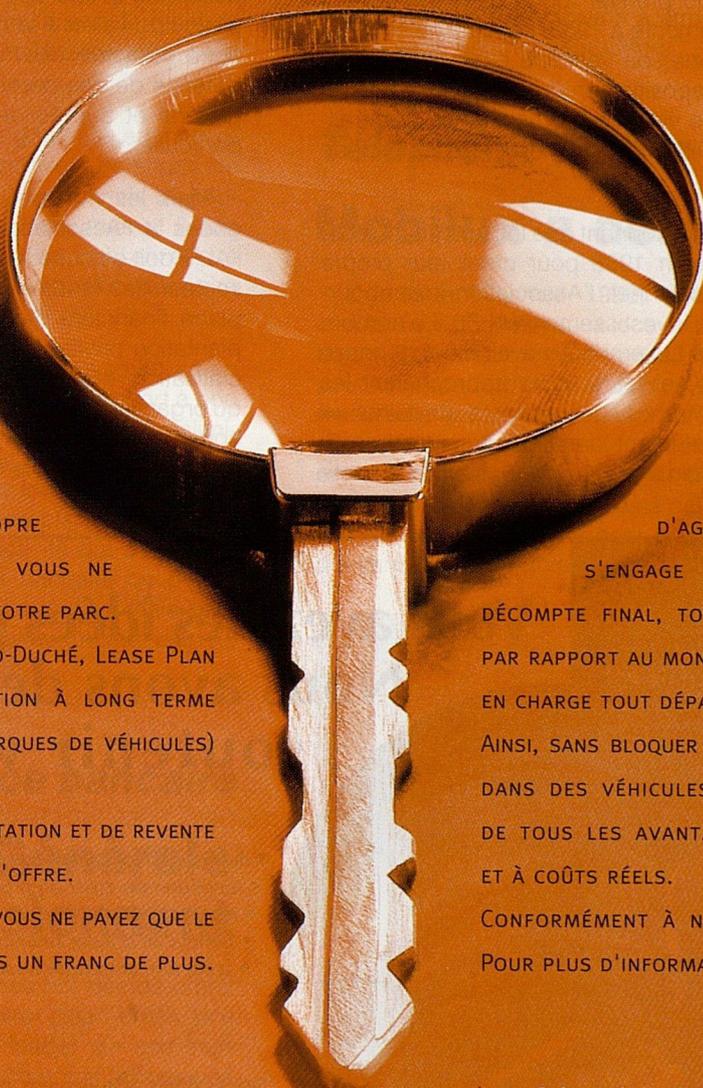
Par ailleurs, la Chambre de Commerce est en train d'élaborer, ensemble avec les fédérations professionnelles des secteurs qu'elle représente, une documentation comprenant le texte intégral de la loi du 12 février 1999, des textes coordonnés d'un certain nombre de lois qui ont été modifiées par la loi du 12 février 1999 ainsi que des explications concernant les mesures les plus importantes de la loi. Il est prévu que cette documentation soit finalisée pour fin mars 1999 au plus tard.

Des informations ponctuelles concernant la loi du 12 février 1999 peuvent être obtenues auprès du Service juridique de la Chambre de Commerce tél.: 42 39 39-360.

VOUS DEVEZ POUVOIR CONTRÔLER LA GESTION DE VOTRE PARC AUTOMOBILE.

EN DÉTAIL.

VOUS EN CONVIENDREZ, ASSURER LA GESTION D'UN PARC AUTOMOBILE N'EST PAS UNE SIMPLE FORMALITÉ. LE TEMPS, L'ÉNERGIE ET L'INVESTISSEMENT QUE CELA EXIGE SONT DES CONTRAINTES DONT VOTRE ENTREPRISE A BESOIN D'ÊTRE DÉCHARGÉE POUR SE CONCENTRER SUR SA PROPRE ACTIVITÉ. MAIS EN AUCUN CAS, VOUS NE VOULEZ PERDRE LE CONTRÔLE DE VOTRE PARC. N°1 EN EUROPE COMME AU GRAND-DUCHÉ, LEASE PLAN PROPOSE UN CONTRAT DE LOCATION À LONG TERME (APPLICABLE À TOUS TYPES ET MARQUES DE VÉHICULES) PARFAITEMENT TRANSPARENT. TOUS LES COÛTS D'ACHAT, D'EXPLOITATION ET DE REVENTE APPARAISSENT CLAIREMENT DANS L'OFFRE. AUCUNE SURPRISE N'EST POSSIBLE, VOUS NE PAYEZ QUE LE MONTANT DU LOYER PRÉDÉFINI, PAS UN FRANC DE PLUS.



EN OPTANT POUR LA FORMULE DE LEASING OPÉRATIONNEL À "LIVRE OUVERT" CRÉÉE PAR LEASE PLAN, VOUS POUVEZ SUIVRE, EN DÉTAIL ET AU CENTIME PRÈS, L'ÉVOLUTION DES FRAIS RÉELS DE CHAQUE VÉHICULE.

ET POUR QUE VOUS N'AYEZ QUE D'AGRÉABLES SURPRISES, LEASE PLAN S'ENGAGE À VOUS RESTITUER, LORS DU DÉCOMPTE FINAL, TOUTES LES ÉCONOMIES RÉALISÉES PAR RAPPORT AU MONTANT PRÉCALCULÉ, OU À PRENDRE EN CHARGE TOUT DÉPASSEMENT ÉVENTUEL. AINSI, SANS BLOQUER VOS CAPACITÉS D'INVESTISSEMENT DANS DES VÉHICULES DE SOCIÉTÉ, VOUS BÉNÉFICIEZ DE TOUS LES AVANTAGES D'UNE GESTION EN TEMPS ET À COÛTS RÉELS. CONFORMÉMENT À NOTRE SOUCI DE TRANSPARENCE. POUR PLUS D'INFORMATIONS, COMPOSEZ LE 40 44 11-1.

Le Sale and Lease Back est une opération unique par laquelle Lease Plan rachète votre flotte pour vous la relouer, vous faisant ainsi profiter de tous les avantages du leasing sans attendre le renouvellement des véhicules.

Lease Plan  **Luxembourg**

Entre nous, tout est clair.

Fonds d'investissements

L'ALFI fête ses 10 ans

En 10 ans seulement, l'industrie des fonds d'investissement luxembourgeois a réussi à se développer à un point tel qu'elle occupe actuellement la troisième position sur le plan mondial, derrière les Etats-Unis et la France.

Si la création du premier fonds d'investissement luxembourgeois remonte à 1959, ce n'est qu'en 1988 que l'industrie a pris son véritable essor au Luxembourg avec la transposition en droit national d'une directive européenne visant à harmoniser et à libéraliser la commercialisation transfrontalière des fonds d'investissement.

Il n'est donc point étonnant que les acteurs du secteur ont mis jusqu'en 1988 pour créer leur propre groupement professionnel, l'Association luxembourgeoise des fonds d'investissement (ALFI). Le nombre d'OPC domiciliés à Luxembourg avait alors dépassé le nombre des 500 et leurs actifs approchaient les 2.000 milliards de francs, des activités similaires se développaient également dans d'autres centres financiers, et le besoin se faisait de plus en plus sentir

de veiller à la compétitivité de la place financière indigène, voire de renforcer celle-ci en améliorant l'environnement réglementaire et fiscal dans lequel évoluent les OPC luxembourgeois.

Le premier objectif de la toute jeune ALFI était donc – et reste toujours – de regrouper tous les OPC établis à Luxembourg afin de pouvoir agir de façon coordonnée et efficace en vue de clarifier la loi et d'améliorer le cadre réglementaire et fiscal par ses suggestions auprès des autorités luxembourgeoises. De même il devenait impératif de s'associer au niveau international aux travaux de la Fédération européenne des fonds et sociétés d'investissement (FEFSI). Il importait de veiller à la prise en compte des intérêts de notre industrie des fonds d'investissement et à la défense de ces derniers sur le plan international en général et auprès des institutions européennes en particulier.

Mais les missions que ses fondateurs ont assignées à l'Association vont plus loin encore. Ainsi l'ALFI doit en outre: encourager le développement du secteur des fonds d'investissement et promouvoir la place financière de Luxembourg comme lieu d'implantation privilégié pour la constitution, la commercialisation et l'administration d'OPC; agir en tant qu'organisme d'information, de recherche et de conseil et offrir un forum de discussion à ses adhérents et à l'ensemble de la profession; protéger la ré-

PASSEZ DE L'IDÉE À L'ACTION



Vous avez des idées pour innover. Nous avons des idées pour soutenir vos projets.

VOS OBJECTIFS SONT STRATÉGIQUES

- disposer d'informations en matière de recherche et développement
- améliorer ou créer un produit, procédé ou service
- trouver un partenaire scientifique ou industriel
- bénéficier d'aides financières nationales ou européennes
- créer une entreprise à fort potentiel technologique

**AVANT DE PASSER À L'ACTION
PARLEZ-EN AUX CONSEILLERS DE LUXINNOVATION**

Nous offrons gratuitement aux responsables d'entreprises des services qui s'étendent à toutes les étapes de la définition, du montage et de la gestion d'un projet d'innovation ou de transfert de technologies.

Luxinnovation est membre du réseau européen des Centres Relais Innovation.

LUXINNOVATION G.I.E. - 7, rue Alcide de Gasperi
L-1615 Luxembourg-Kirchberg - Tél.: 43 62 63-1
Fax: 43 81 20 - E-mail: luxinnovation@luxinnovation.lu



Agence Nationale pour la Promotion
de l'Innovation et de la Recherche

Partenaires officiels: Ministère de l'Economie - Ministère de l'Education Nationale et de la Formation Professionnelle - Fédération des Industriels Luxembourgeois - Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg - Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg



putation de la place en développant le savoir-faire professionnel des acteurs par l'organisation de programmes de formation spécifiquement adaptés aux besoins de ceux-ci; et veiller en même temps à la protection de l'investisseur qui, en fin de compte, reste toujours la force majeure du développement du secteur.

L'environnement concurrentiel va s'en amplifiant, tant sur le plan européen que sur le plan transatlantique, et les niches dans lesquelles la souveraineté nationale peut encore sortir ses pleins effets deviennent de moins en moins nombreuses. Il importe donc de renforcer davantage l'industrie luxembourgeoise de l'investissement collectif et de l'ancrer fermement au Grand-Duché pour les années et décennies à venir.

Pour y arriver une approche rigoureuse en matière de qualité de services est impérative. Les efforts de formation spécifique pour les professionnels du secteur des OPC se devront d'être renforcés et l'ALFI s'est résolument engagée sur cette voie en étroite collaboration avec l'Institut de formation bancaire luxembourgeois.

Les désavantages dont souffre le Luxembourg en matière de fiscalité spécifique OPC par rapport à bon nombre d'autres Etats concurrents devront être éliminés dans les meilleurs délais. L'ALFI estime primordial de jeter dès à présent les bases indispensables à la croissance continue d'une activité clef du secteur financier luxembourgeois, une activité qui à sa base n'est pas tributaire d'un secret bancaire ou de diverses spécificités fiscales avantageuses, mais pour laquelle la notion de transparence même est, au contraire, une première nécessité.

Place bancaire

La Société Générale et Paribas fusionnent

La Société Générale et Paribas ont décidé d'unir leurs forces et leurs savoir-faire pour créer une banque d'envergure mondiale, leader sur ses marchés. Cette opération de rapprochement, approuvée par le conseil d'administration de la Société Générale et le conseil de surveillance de Paribas, le 31 janvier 1999, sera réalisée par une offre publique d'échange de la Société Générale sur Paribas. En cas de succès de l'OPE et après les consultations nécessaires des instances représentatives des personnels, un projet commun d'organisation sera mis en oeuvre. Le nouvel ensemble portera le nom, SG PARIBAS, et sa direction générale réunira des dirigeants des deux entités.

L'environnement des métiers bancaires se caractérise par la nécessité de disposer de centres de production et de produits de haute qualité, d'équipes de

recherche pointues et de réseaux de distribution étendus couvrant notamment la zone euro. Cet environnement est aussi en rapide évolution en raison des mutations technologiques et des mouvements de concentration. C'est en intégrant l'ensemble de ces évolutions que la Société Générale et Paribas ont décidé d'unir leurs forces pour faire profiter leurs clients, leurs collaborateurs et leurs actionnaires de leurs fortes complémentarités.

La naissance de SG PARIBAS créera une grande banque mondiale (4^e par les fonds propres totaux), puissante sur les marchés qu'elle a choisis et qui tous recèlent des perspectives de forte croissance. Cette nouvelle banque a vocation à être un acteur majeur du paysage bancaire européen.

Téléphonie mobile

Mobilux a déménagé

Depuis le 11 janvier 1999, Mobilux accueille ses clients dans des nouveaux locaux au 61, rue de Strasbourg. Pour mieux recevoir ses clients, Mobilux a opté pour un espace plus grand, plus confortable et à la mesure de ses services. Les nouveaux bureaux sont dotés d'un espace accueil très convivial et d'une exposition des derniers modèles de GSM et de leurs accessoires. A l'extérieur, un vaste parking gratuit et des vitrines surprenantes rendent la visite chez Mobilux d'autant plus agréable. Les horaires d'ouverture de



Mobilux sont désormais le samedi de 9h00 à 13h00 et bien sûr aux horaires habituels du lundi au vendredi de 9.00 à 12.00 h et de 13.00 à 18.00 h.

Pour plus d'informations: Mobilux, 61, rue de Strasbourg, L-2561 Luxembourg, tél. 48 88 11-50, fax 48 92 93, helpline (nationale): 0800 4321.

L'industrie luxembourgeoise 1999

Nouveau répertoire des entreprises affiliées à la FEDIL

Le répertoire des entreprises affiliées à la Fédération des industriels luxembourgeois, source d'information à l'intention des milieux économiques et politiques et instrument de promotion de la production industrielle luxembourgeoise tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du Grand-Duché, a été réédité.



Les coordonnées de quelque 420 entreprises membres de la FEDIL ont été mises à jour au 1^{er} novembre 1998. On y trouve les entreprises groupées par secteur et classées, par ordre décroissant, suivant leurs effectifs. La liste des entreprises est précédée d'une présentation succincte de l'industrie luxembourgeoise et de son organisation professionnelle.

La nouvelle édition du dossier est disponible à la FEDIL au prix de LUF 800.- / Euros 19,83 (TVA comprise, port non inclus). Le répertoire est également disponible sur support informatique au prix de LUF 400.- / Euros 9,92 (TVA comprise, port non inclus). Pour un dossier à envoyer par courrier, la facture sera augmentée des frais d'envoi qui s'élèvent à LUF 80.- pour le Luxembourg et à LUF 180.- pour l'étranger. Le répertoire peut être retiré à la FEDIL, 7, rue Alcide de Gasperi, L-1013 Luxembourg/Kirchberg ou commandé par téléphone (43 53 66-1) ou par fax (43 23 28).

00800-1764 1764

Nouveau service consommateur de Bofferding



Afin d'établir une relation permanente avec ses clients, la brasserie Bofferding vient de mettre en place son service consommateur accessible en composant le numéro vert 00800-1764 1764. Grâce à ce numéro gratuit, les amateurs de Bofferding ont un moyen supplémentaire pour rester en contact permanent avec leur brasserie. Le numéro 00800-1764 1764 se mémorise facilement puisque ce numéro reprend la date de création de la brasserie. Cette date se retrouve sur toutes les étiquettes, affiches et sous-bocks de la brasserie. Le numéro 00800, diffère d'un 0800 national, en ce sens que le numéro est gratuit de tout poste situé dans le Bénélux. Il est accessible du lundi au vendredi pendant les heures de bureau.

UIFN (Universal International Freephone Numbers)

Le libre appel international au service des entreprises

Le service libre appel, opérationnel aux P&T Luxembourg depuis plusieurs années, permet à toute société d'être accessible au travers d'un numéro d'appel gratuit. Les frais de commutation du libre appel seront toujours supportés par l'appelé. Un client n'hésite donc jamais à appeler afin de solliciter des

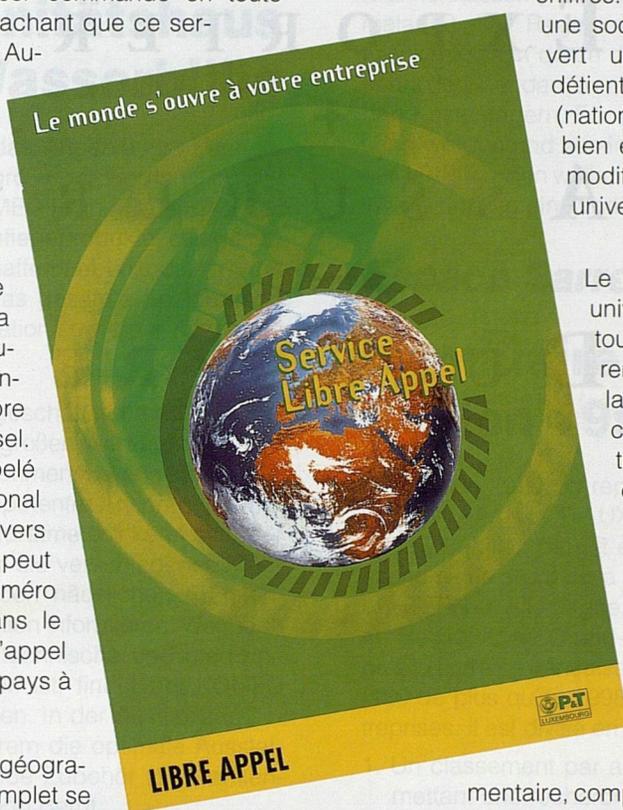
renseignements sur un produit, de répondre à une offre ou à un concours, de joindre un service après vente ou encore de passer commande en toute confiance et convivialité, sachant que ce service d'appel ne coûte rien. Aujourd'hui une partie de ces appels est orientée vers les call centers où l'appelant est accueilli en sa langue par des opérateurs professionnels.

Depuis peu, l'entreprise des P&T a ajouté à sa gamme de produits la nouvelle norme du libre appel international, à savoir: le libre appel international universel. Ce service est aussi appelé UIFN (Universal International Freephone Numers). Au travers de ce service, toute société peut détenir un seul et même numéro libre appel accessible dans le monde entier. Le numéro d'appel à former ne varie pas d'un pays à l'autre.

Sans aucune distinction géographique, le numéro UIFN complet se

compose de l'indicatif international (généralement 00), du préfixe 800 et ensuite d'un numéro unique à 8 chiffres. De plus, il est possible pour une société de choisir son numéro vert universel. Si cette société détient déjà un numéro libre appel (national et/ou international), il est bien entendu possible de le faire modifier en numéro libre appel universel.

Le nouveau service libre appel universel est recommandé à toute société souhaitant procurer à ses clients, prospects, relations d'affaires un service commercial et marketing multinational. De nombreuses facilités sont disponibles, telles que les déviations d'appels en fonction des tranches horaires (journée, nuit, week-end), déviations d'appels en cas de ligne occupée, déviations d'appels sur annonce enregistrée, etc. Pour tout renseignement complémentaire, composer le numéro gratuit 1622.



La croissance n'est pas un secret de la nature

Relevez aujourd'hui les défis de demain.

Vous voulez vous mettre à votre compte ou étendre les activités de votre entreprise. Dans ce cas, il est essentiel d'avoir le bon partenaire financier: la banque Raiffeisen.

Nos spécialistes du Service PME sont là pour vous offrir un conseil compétent et professionnel. A travers une panoplie de services et de produits performants et adaptés à vos besoins, ils vous assisteront dans la réalisation de tous vos projets.

La gamme de services Raiffeisen-Entreprise englobe un grand nombre de moyens sur mesure afin d'optimiser la marche de votre affaire: on y retrouve entre autres toutes les formes de crédits d'investissement et d'exploitation, des outils de gestion comme le service électronique Multiline ou encore des formules de placement pour une gestion optimale de votre trésorerie. Grâce à nos experts, vous avez également connaissance de toutes les aides de l'Etat auxquelles vous pouvez prétendre.

Pour en savoir plus, renseignez-vous dans l'agence Raiffeisen la plus proche.

RAIFFEISEN-ENTREPRISE



CAISSE CENTRALE
RAIFFEISEN

CAISSES RURALES
RAIFFEISEN

e gudden Noper

www.raiffeisen.lu



Markur 2-1999

INFO ENTREPRENEUR



E X P O R T E R
 +
A S S U R E R
 =
D U C R O I R E



**OFFICE DU
 DUCROIRE**
 GRAND-DUCHE DE LUXEMBOURG

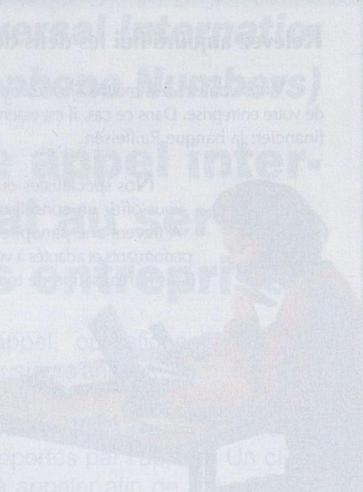


**POURQUOI NE PAS ALLIER
 EXPORTATION ET SÉCURITÉ:
 ASSURANCE-CRÉDIT**



7, rue Alcide de Gasperi • L-1615 LUXEMBOURG
 Tél.: (352) 42 39 39-320 • Fax: (352) 43 83 26 • Télex: 60174 CHCOM LU

Markur 5-1999



KOMED

Neues Sanitätshaus in Wasserbillig

Seit einigen Tagen ist das Angebot der Fachgeschäfte in Wasserbillig größer geworden. In der Grand Rue 40-42, hat KOMED Home Care S.A., das Fachgeschäft für Krankenpflegeprodukte, seit geraumer Zeit geöffnet. „Wir schaffen Lebensqualität“, unter diesem Leitsatz wird das gesamte Spektrum an Produkten für die Rehabilitation sowie der Alten- und Krankenpflege angeboten.

Hermann Konrad, der geschäftsführende Gesellschafter von KOMED, legt großen Wert auf die Fachkompetenz seines Unternehmens, wenn es darum geht, dem Kunden ein kompetenter Ansprechpartner zu sein. Auf über 150 Quadratmetern kann sich der Kunde in Wasserbillig über die verschiedenen Möglichkeiten einer umfassenden häuslichen Krankenpflege sowie der Rehabilitation informieren. Wer nach Unfall oder Krankheit auf technische und medizinische Hilfsmittel angewiesen ist, findet bei KOMED maßgeschneiderte Lösungen. In der Ausstellung findet der Kunde unter anderem die optimale Ausstattung und das entsprechende Zubehör für Krankbett, Bad, Küche, Freizeit und Beruf.



Für die Betroffenen sind wirksame Hilfsmittel besonders wichtig. Hier zeigt KOMED Produkte gegen das Wundliegen und bietet Hilfen bei Stoma, Inkontinenz an. Die perfekte Anpassung, z. B. von Brustprothesen, Halskrausen oder Stützstrümpfen, gehört ebenso zum Angebot des Fachgeschäfts wie maßgeschneiderte Gehhilfen und Rollstühle. Hierfür wurde ein separater und diskreter Anpassungsraum eingerichtet. Kleinere Reparaturen an defekten Hilfsmitteln können in der hauseigenen Werkstatt kurzfristig erledigt werden.

Im behindertengerecht eingerichteten WC finden die Kunden eine Vielzahl an praktischen Hilfsmitteln und Anschaffungsmaterial für die tägliche Hygiene. Die individuelle Fachberatung, gerade bei diesen oft sensiblen Themen, wird bei KOMED großgeschrieben.

Auch Hausbesuche sind, nach Vereinbarung, möglich. KOMED besitzt die Zulassung bei allen Krankenkassen (Accrédité de L'Union des caisses de maladie). Die Regelung aller Formalitäten mit den Krankenkassen durch das Unternehmen KOMED erspart den Kunden somit manch mühsamen Weg zu den Kostentägern. Für alle, die gesund bleiben, gesund werden und zumindest leichter mit ihrer Krankheit fertig werden wollen, ist KOMED in der Grand Rue in Wasserbillig eine verlässliche Adresse.

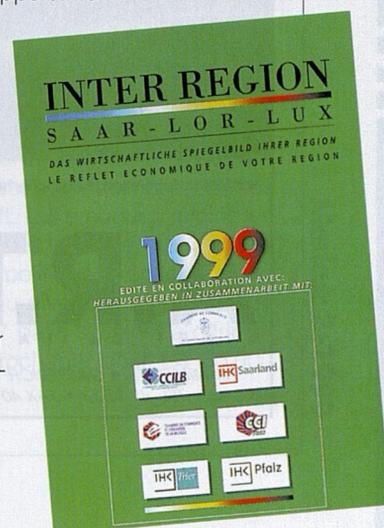
Espace Sarre-Lor-Lux

L'annuaire «Inter Region 1999» est paru

L'édition 1999 du répertoire professionnel «INTER REGION SAAR-LOR-LUX» est sortie de presse. Il s'agit de la 7^e édition de cet annuaire qui couvre la région économique allant de la SARRE, TREVES et KAISERSLAUTERN en Allemagne, à la province de Luxembourg en Belgique, au Grand-Duché de Luxembourg ainsi qu'à la Lorraine française. Cet ouvrage de 1.020 pages (120 de plus qu'en 1998) reprend plus de 14.500 entreprises. Il est divisé en trois parties:

1. Un classement par activité (1.200 rubriques) permettant une recherche de fournisseurs ou de services.
2. Une liste alphabétique par pays des entreprises avec coordonnées complètes, dirigeants, effectif et chiffre d'affaires.
3. Une liste de marques représentées dans la région.

Cet annuaire est édité en collaboration avec les Chambres de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, du Luxembourg belge, de la Moselle, de Meurthe-et-Moselle, du Saarland, de Trèves et de Kaiserslautern. Cette collaboration témoigne de l'importance de cet outil en tant que moyen d'échanges économiques au sein de cette grande région transfrontalière. L'annuaire est distribué gratuitement aux professionnels et peut être obtenu sur simple demande auprès d'EDITUS LUXEMBOURG S.A. – 28, rue Michel Rodange – L-2430 Luxembourg (Tél: 352/49 60 51-1 – Fax: 352/49 60 56). Toutes les données reprises dans cet ouvrage sont également disponibles sur Internet www.editus.lu et sur tout support informatique de votre choix pour des opérations de marketing direct. En complément de l'Inter Region, l'éditeur commercialise le répertoire «Les décideurs du Saar-Lor-Lux» dont la mission est d'informer sur les noms et fonctions des principaux dirigeants des entreprises recensées. Vous pouvez le commander auprès d'Editus qui l'expédiera par voie postale.



Les 27 et 28 avril 1999

Conférence sur la normalisation des techniques de soudage

Les 27 et 28 avril 1999, une conférence quadripartite aura lieu au Luxembourg concernant: «La normalisation des techniques de soudage pour le marché intérieur européen – état actuel et perspectives futures». L'organisateur est le DVS – «Deutscher Verband für Schweißen und verwandte Verfahren», société allemande pour le soudage et les procédés connexes. Co-organisateur sont les associations partenaires de Belgique (Belgisch Instituut voor Lastechnik, BIL), du Luxembourg (Commission Nationale de la Soudure, CNS) et des Pays-Bas (Nederlands Instituut voor Lastechnik, NIL).

La conférence donnera un aperçu de l'état actuel de la normalisation européenne et de sa mise en application dans les pays concernés, à savoir l'Allemagne, la Belgique, le Luxembourg et les Pays-Bas. La thématique porte sur divers domaines tels que la

qualification du personnel de soudage, la qualification/certification des entreprises, les exigences aux produits soudés dans divers champs d'application ainsi que l'assurance-qualité du produit soudé du point de vue des fabricants.

Chaque domaine thématique est couvert par des spécialistes en provenance des quatre pays afin d'illustrer la mise en application nationale respective. Après leurs exposés respectifs les conférenciers, provenant d'entreprises de production, d'organisations de contrôle agréées ou de commissions de normalisation, se prêtent aux questions et observations du public.

Pour conclure, lors d'une table ronde portant sur le sujet «Expériences et reconnaissances quant aux normes techniques fondamentales européennes et internationales – conséquences pour les fabricants et les clients», les résultats essentiels de la conférence sont discutés avec l'assistance. Le but de la conférence est d'informer sur l'application de l'assurance-qualité dans le domaine des techniques de soudage dans les quatre pays. Le groupe cible comporte en premier lieu les fabricants de produits soudés et leurs clients. La langue véhiculaire est l'allemand. Pour plus d'information: Frau Dr. Ing. Sabine Roosen, DVS e.V., Aachener Strasse 172, D-40223 Düsseldorf, Telefon: 0049/211/15 91-304, Fax: 0049/211/15 91-300, E-mail: DVSFBR@aol.com.

**SIEHT, WAS SIE NICHT SEHEN.
ARGUS CONTROL.**

Das neue Gebäudeüberwachungssystem ARGUS CONTROL: Merten-Qualität, die Ihnen Sicherheit gegen ungebetene Gäste bietet. Und auch Brände oder z. B. Wasserschäden werden rechtzeitig erkannt und gemeldet. Optisch, akustisch und sogar per Sprache. Also, wenn Sie mit Sicherheit die Kontrolle behalten wollen:

SCHALTEN SIE UNS EIN.

Merten

Ihr Elektrofachmann. Mit Sicherheit für Sie auf Draht:

A.R.TECH. SOCIÉTÉ ANONYME

L'ART DE LA TECHNOLOGIE

70, MILLEWEE ■ GASPERICH ■ BP 1044 ■ L-1010 LUXEMBOURG
TEL. 49 33 33 ■ FAX 40 26 34 ■ E-mail com@artech.lu

SurfTel.lu

Un annuaire des entreprises sur internet

Le site SurfTel.lu (www.surftel.lu) est un service destiné à répondre aux questions élémentaires et spécifiques posées par les professionnels et les privés au sujet de toutes les entreprises et sociétés du Grand-Duché de Luxembourg ainsi que des pays limitrophes. Conçu tel un annuaire professionnel (nom, logo, photos couleurs, texte, descriptif), le site répond avec précision et rapidité aux recherches d'informations des utilisateurs.

La version actuelle du site présente sous forme de 14 rubriques une grande diversité de domaines d'activité. Cette liste n'étant pas exhaustive, le site est adapté régulièrement en fonction de la demande. Ce nouveau service propose en outre aux touristes et personnes de passage au Grand-Duché de préparer à l'avance le cheminement et l'organisation (restaurants, musées, hôtels, etc...) de leur séjour. D'une part le site essaie d'assurer et de développer la communication des entreprises et d'autre part il offre à ces dernières une présence informative sur le réseau de communication mondial et ce pour un investissement peu élevé. SurfTel propose des conditions favorables aux clubs et a.s.b.l. Pour plus de renseignement: SurfTel- Delta Systems s.à r.l., 82, route d'Arlon, L-1150 Luxembourg, tél.: 45 17 52, fax: 45 17 54.

Annuaire d'entreprises

L'Édition 1999 du KOMPASS LUXEMBOURG est sortie de presse

Présent depuis 1979 sur le marché luxembourgeois, l'annuaire Kompass Luxembourg constitue un d'outil d'analyse et de comparaison idéal entre les entreprises. Il satisfait les besoins d'informations commerciales de tout décideur.

Regroupant plus de 2.000 sociétés parmi les plus importantes du Grand-Duché de Luxembourg, vous y disposez pour chaque entreprise des informations administratives et économiques essentielles (adresse, tél., fax, e-mail, URL, personnel occupé, dirigeants, chiffres d'affaires,...) ainsi qu'un descriptif de leurs activités.

Ces informations sont également disponibles sur support CD-ROM et sur Internet. Pour de plus amples renseignements sur les produits et services Kompass, veuillez contacter: EDITUS Luxembourg S.A., 4 rue de la Grève, L-1643 Luxembourg, URL: <http://www.editus.lu>.

Inauguration du premier «Troc international» à Luxembourg

«Troc International» arrive au Grand-Duché de Luxembourg. Cette chaîne de magasins de dépôt-vente de biens d'équipements de la maison, créée en 1982 en France, compte actuellement 113 magasins sous l'appellation «Troc de l'île» en France et «Troc International» en Belgique, Suisse, Espagne et désormais au Luxembourg. Cette chaîne de magasins est devenue le leader européen du dépôt-vente d'occasion des biens d'équipement.

Dany Pierret, master-franchisseur pour la Belgique et le Luxembourg, s'est dit très heureux du développement fulgurant du concept «Troc International» en Belgique et maintenant au Luxembourg au cours de l'inauguration officielle, qui a eu lieu fin janvier en présence de Jean-Pierre Boudier, PDG Fondateur du groupe, et de nombreuses personnalités du monde politique et social du Grand-Duché.

«Troc International» a ouvert son premier magasin en Belgique en décembre 1996. Actuellement, deux

ans plus tard, il y en a déjà dix. Et six nouveaux contrats de franchise ont déjà été signés. Fin 1999, il devrait y avoir 20 magasins en Belgique.

Le principe de «Troc International» est simple: il n'achète rien mais met en relation des consommateurs qui vendent des produits avec d'autres à l'affût de bonnes affaires. La marchandise est évaluée, le prix fixé et un contrat signé: en cas de vente, une commission allant de 20 à 35% sera retenue par le vendeur. Dès que la marchandise est vendue, un chèque est envoyé au déposant. En principe, 80% des marchandises sont vendues durant le premier mois. Si elles ne sont pas vendues dans les deux mois, le déposant peut reprendre son bien sans frais ou permettre à troc international de le vendre chaque mois consécutif 10% moins cher.

«Nous nous montrons très attentif à la qualité de la marchandise que nous exposons. Si l'on accepte tout, on ne prend pas n'importe quoi. Inutile d'apporter le vieux lave-vaisselle hors d'usage, le tourne-disque cassé ou le poêle défectueux. Avant d'être mis en vente, les appareils sont testés. Nous nous accordons jusqu'à 48 heures pour vérifier le bon état de marche d'un surgélateur ou d'un frigo», a déclaré Dany Pierret.

«Troc International» s'adresse à tout le monde, aussi bien ceux qui n'ont pas le budget pour du neuf qu'aux consommateurs plus aisés, amateurs de belle brocante.

Assurance qualité

DHL Luxembourg et Renault Luxembourg certifiés ISO 9002

DHL International S.à r.l. est la première société de transport express international à avoir obtenu au Luxembourg le certificat ISO 9002 pour l'ensemble de ses activités. Alors que la croissance du secteur du transport express international est de l'ordre de 15% par an, DHL Luxembourg connaît une progression des ses activités d'environ 20% par an depuis 5 ans et ses effectifs ont augmenté de plus de 50% en 4 ans. Avec près de 50% de part de marché luxembourgeois, DHL International est le numéro un des entreprises de transport express international présentés dans le Grand-Duché. DHL Luxembourg rejoint les autres stations DHL certifiées dans le monde. Elle consolide par là-même la politique prônée globalement par le réseau DHL au niveau duquel près de 60.000 employés dans 227 pays s'atellent à offrir un service de transport irréprochable pour les 80.000 destinations desservies.



Dans le secteur automobile, c'est Renault Luxembourg S.A. qui s'est officiellement vue remettre, par la société Eurosym, la certification ISO 9002 pour l'ensemble de ses services: contact clientèle, services techniques, administration et comptabilité. Renault Luxembourg S.A. est la première entreprise active dans le secteur automobile luxembourgeois à être certifiée ISO 9002.

www.spider.lu

Nouveau portail et premier moteur de recherche 100% luxembourgeois

Depuis le 3 février 1999, les internautes trouvent, regroupés sous la même adresse du portail «Spider.lu», toute une sélection d'informations relatives au Grand-Duché du Luxembourg. Leur dénominateur commun: faciliter l'accès à l'offre luxembourgeoise, offrir des outils de communication pour Internet, informer et divertir. Ce nouveau site est une réalisation de Global Media Systems, pour le développement informatique, de Mike Koedinger Editeur, pour le contenu et la commercialisation et d'XYZ Productions pour l'habillage graphique et la coordination.

Pour commencer, directement lié à l'actualité des prochaines élections, «Spider.lu» lance «D'Wahlen '99», sous sa rubrique Spidertainment.

«D'Wahlen '99» propose à la communauté online d'élire virtuellement le Parlement luxembourgeois. Tout au long de la période électorale, en votant, ou tout simplement en se connectant sur «Spider.lu», on peut suivre les résultats de vote en direct et, à partir de liens, s'informer sur les différents partis politiques et leurs candidats. Présentées de façon dynamique et ludique, ces élections virtuelles établiront les SpiderScores des partis permettant de dégager ainsi une tendance électorale propre aux cybercitoyens.

Grâce à l'unique moteur de recherche 100% luxembourgeois, «Spider.lu» permet une recherche sur toutes les adresses «.lu» mais aussi sur toutes celles en relation avec le Grand-Duché (.com, ., etc.), tout visiteur se verra proposer gratuitement des services Internet. Ainsi, «Spider.lu» offre la possibilité d'intégrer ce moteur de recherche dans leurs sites, valorisés par ce nou-

vel outil. «Spider.lu» offre également d'autres outils: le «Free Mail», des adresses e-mail gratuites, l'«Email Directory», le «Free WebSpace» avec 10 MB pour créer sa propre homepage! Et sous la rubrique SpiderBoard des forums de discussions thématiques mais non-animés. Et enfin, un hit-parade annonce en direct les sites les plus affichés comme résultats de recherche.

Côté vie pratique luxembourgeoise, «Spider.lu» propose dans une première étape des rendez-vous quotidiens comme la découverte d'un restaurant sélectionné et commenté par Explorator City Guide et un «événement du jour» extrait de l'agenda culturel du mensuel «Nightlife.lu». Chaque semaine, en collaboration avec «Casting.lu», un nouveau mannequin luxembourgeois se fera connaître. «Spider.lu», portail et moteur de recherche se trouve à l'adresse <http://www.spider.lu>.



EURO INFO CENTRE LUXEMBOURG

CONSEIL
ASSISTANCE
INFORMATION



LE PARTENAIRE DES PME

EURO INFO CENTRE PME/PMI
CHAMBRE DE COMMERCE

CHAMBRE DE COMMERCE

DU GRAND-DUCHE DU LUXEMBOURG

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 écouter

Parce qu'elle est depuis toujours à l'écoute des entreprises, la Banque Générale du Luxembourg peut comprendre la spécificité de leurs besoins et répondre à leurs attentes particulières.

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

E-mail: info@bgl.lu