

# Merkur

de letzebuenger

# Merkur

CHAMBRE DE COMMERCE



DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

10 • 98



- Eine Mittelstandspolitik für das 21. Jahrhundert
- La responsabilité du fait des produits défectueux

PME

## 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'Etat 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 mit verbesserter Sicherheit

Digitale Kommunikation über das Internet ist der Weg der Zukunft. Immer mehr Unternehmen nutzen die universelle Zugriffsfähigkeit des WorldWideWeb für kommerzielle Zwecke. Dem elektronischen Handel, kurz „E-Commerce“, werden von allen Wirtschaftsanalysten phantastische Wachstumsprognosen bescheinigt. Allein in den USA wurden im vergangenen Jahr bereits für 50 Milliarden LUF Waren und Dienstleistungen über das Internet verkauft. Bis zum Jahr 2000 sollen mit dem Online-Geschäft über 120 Milliarden LUF umgesetzt werden. Die amerikanische E-Commerce-Geschäftskette „Amazon.com“, die 1995 ins Leben gerufen wurde, machte 1996 bereits einen Umsatz von 550 Millionen LUF, 1997 waren es gar weit über 5 Milliarden LUF - bei rund 1,5 Millionen Kunden weltweit!

Diese Traumumsätze haben nun auch zahlreiche europäische Unternehmer zum Einstieg ins Online-Geschäft bewegt. Auch wenn sich die Internet-Präsenz meist noch auf eine mehr oder weniger gelungene Vorstellung der angebotenen Produktpalette beschränkt und nur in den wenigsten Fällen Online-Bestellungen oder -Transaktionen möglich sind.

Trotzdem treten die zahlreichen Vorteile und Möglichkeiten des neuen Mediums zusehends in den Mittelpunkt marktstrategischer Überlegungen. Ein Online-Shop ist rund um die Uhr geöffnet, erreicht völlig neue Märkte und Zielgruppen, spart Kosten für Kataloge und Versand, bietet ständig aktualisierte Produktinformationen, sichert dank Hotlinefunktionalitäten eine bessere Kundenanbindung und ermöglicht eine schnelle und automatisierte Auftragsabwicklung.

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: 20.400 exemplaires

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

Impression: Imprimerie Saint-Paul S.A.

## SOMMAIRE

Obwohl es mittlerweile zahlreiche handfeste Argumente für einen möglichst raschen Online-Einstieg gibt, tun sich viele Unternehmen schwer damit, die neuen Marktperspektiven konsequent zu nutzen und ihren Kunden oder Handelspartnern gewerbliche Transaktions- oder auch nur Bestellmöglichkeiten über Internet anzubieten. Doch auch im Lager der Internetaanwender und potentiellen Kunden des elektronischen Handels herrscht in Europa derzeit noch eine gewisse Zurückhaltung. Noch behält die Berührungsangst vor dem digitalen Einkaufsvergnügen die Überhand. Für den Online-Käufer ist die Vorstellung, daß während der Internettransaktion die geheime Kreditkartennummer geknackt werden könnte, immer noch ein guter Grund, doch lieber den Weg in den nächsten Laden einzuschlagen.

Um den Luxemburger Unternehmen und Privatpersonen eine möglichst risikofreie Abwicklung von kommerziellen Online-Transaktionen zu erlauben, hat die Luxemburger Handelskammer vor kurzem ein strategisches Abkommen mit dem E-Commerce-Fachunternehmen BelSign/GlobalSign unterzeichnet. Ab dem 4. Januar 1999 wird die Handelskammer digitale Zertifikate ausstellen, die es ermöglichen bei jedem elektronischen Daten- oder Informationsaustausch die Identität einer Firma oder einer Person zu kontrollieren. Darüber hinaus verbietet die beim digitalen Bescheinigungsverfahren eingesetzte Verschlüsselungstechnik Unbefugten den Zugriff auf vertrauliche Daten und E-mails. So wird z.B. nur die Person, an die eine Botschaft gerichtet ist, auch in der Lage sein, sie zu lesen.

Mit dem Abkommen zwischen der Handelskammer und BelSign/GlobalSign wird auf dem Luxemburger Markt eine Vertrauensplattform geschaffen, welche die konsequente Entwicklung des elektronischen Handels erleichtern wird.

04	Dossier: Eine Mittelstandspolitik für das 21. Jahrhundert
15	Interna
18	Commerce Extérieur
20	Formation
33	Environnement
38	Ventes Spéciales
43	Chronique Juridique
46	Législation
48	Chiffres Economiques
58	EURO
61	PME
62	Euroinfo
65	Info entreprises

## Positionspapier der „Confédération des Classes Moyennes“

### Eine Mittelstandspolitik für das 21. Jahrhundert

Die drei repräsentativen mittelständischen Berufsorganisationen aus Handel, Handwerk und Hotel- und Gaststättengewerbe, die "Confédération du Commerce Luxembourgeois", die "Fédération des Artisans" und die "Horesca", haben gemeinsam ein Programm zur Mittelstandspolitik verfaßt, welche den politischen Parteien bei der Ausarbeitung ihrer Wahlprogramme Anregungen liefern und die Forderungen der mittelständischen Unternehmen darstellen soll. Im Dossier dieser Merkur-Ausgabe veröffentlichen wir Auszüge aus dem Positionspapier, das die "Confédération des Classes Moyennes", der die drei erwähnten Berufsorganisationen angehören, kürzlich herausgegeben hat.

Besonders hervorstreichen ist die Tatsache, daß über dieses gemeinsame Mittelstandsprogramm hinaus die jeweiligen Organisationen weitere sektorspezifische Anliegen haben, welche in diesem Positionspapier jedoch nicht angegangen werden. Die Verfasser dieses Positionspapiers hoffen lediglich, daß sich Politiker und Parteien mit den verschiedenen Thesen auseinandersetzen und anfreunden können und hoffen darüber hinaus, einen konstruktiven Beitrag geleistet zu haben im Sinne einer ansprechenden Mittelstandspolitik.

#### Der Mittelstand und die Schaffung neuer Arbeitsplätze

Der Mittelstand umfaßte 1997 in Luxemburg ungefähr 13.400 Klein- und Mittelbetriebe aus den Sektoren des Handels, des Handwerks und des Gaststätten- und Hotelgewerbes und beschäftigte im gleichen Jahr rund 98.000 Personen (Handel: 41.000; Handwerk: 46.000; Gaststätten- und Hotelgewerbe: 11.000). Trotz der oft wirtschaftlich sehr schwierigen Lage haben die Klein- und Mittelbetriebe in den vergangenen zehn Jahren nahezu 26.000 neue Arbeitsstellen geschaffen. Deshalb gelten seit über zehn Jahren insbesondere kleinere Unternehmen als Hauptquelle für die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Heute bietet der Mittelstand 48 % aller Arbeitsplätze in Luxemburg und ist bereits seit Jahren der größte Arbeitgeber (...)

Im Bereich der Mittelstandspolitik hat sich in den letzten Jahren manches getan, man denke nur an die gezielten steuerlichen Entlastungen zugunsten der Betriebe. So wurde die Körperschaftssteuer reduziert, die Gewerkekapitalsteuer wurde abgeschafft, die steuerlichen Hilfen bei Investitionen wurden verbessert und die Steuern für physische Personen wurden gesenkt. Weitere steuerliche Maßnahmen wurden anläßlich der Tripartite beschlossen ebenso wie soziale Verbesserungen zugunsten der Selbständigen, wie etwa die Verbesserungen im Bereich der Arbeitslosen-

versicherung oder die Abschaffung der Beiträge für Familienzulagen bei den Selbständigen. Nicht vergessen darf man ebenfalls den Aktionsplan der Regierung zugunsten des Mittelstandes.

#### Anspruch und Wirklichkeit der Mittelstandspolitik

Der Mittelstand erkennt all diese Verbesserungen an, will jedoch bemerken, daß das globale Umfeld nicht betriebsförderlich ist, und daß demnach verschiedene Maßnahmen zu treffen bleiben.

Mittelständische Betriebe werden weiterhin von einer völlig welfremden Kommodo-Gesetzgebung erdrückt, die entsprechende Verwaltung schießt in der Anwendung des betreffenden Gesetzes über das Ziel hinaus. Die entsprechende Reform läßt allzulang auf sich warten.

Betriebe aus dem Nahrungsmittelbereich sehen sich seit einem Jahr mit der sogenannten HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) -Gesetzgebung konfrontiert, welche im Hygienebereich den Unternehmen neue Auflagen macht. Hier stellt sich konkret für viele Betriebe die Frage, ob die anfallenden Kosten für die entsprechenden Anpassungen ihrer Produktions-, Lager- und Verkaufsstätten (nicht zu vergessen des Fuhrparks) überhaupt noch rentabilisiert werden können.

Besagte Auflagen im Bereich Umweltschutz und Hygiene sowie Sicherheit und Gesundheit, deren prinzipielle Berechtigung vom Mittelstand anerkannt wird, bedeuten nicht zuletzt oftmals größere Umbauarbeiten, welche an bestimmten Standorten wie etwa innerorts praktisch nicht mehr realisiert werden können. Problematisch ist oftmals die Umsetzung der Vorschriften. Es gilt, eine staatlich eingeleitete Verdrängung zu vermeiden und gemeinsam gangbare und praxisbezogene Lösungen zu erarbeiten, wie dies letztlich im Hygienebereich der Fall war.

Die tagtägliche Wirklichkeit für die Betriebe sieht so aus, daß dauernd wachsende Verwaltungen immer mehr Vorschriften erlassen und ihrerseits eine ihrer Grundaufgaben, nämlich die öffentliche Dienstleistung, nur ungenügend wahrnehmen. Wie ist es sonst zu erklären, daß Genehmigungsprozeduren monate- und jahrelang schleppen, während die Nichtbeantwortung oder Nichtbefolgung administrativer Auflagen sofortige Konsequenzen nach sich zieht, wie dies beispielsweise in Sachen Mehrwertsteuer der Fall ist?

Immer mehr mischt sich auch Europa in das Betriebsgeschehen ein. Der durch die Liberalisierung erzeugte Konkurrenzdruck zwingt die Betriebe, sich permanent den Marktgegebenheiten anzupassen. Leider können in diesem Zusammenhang Konkurrenzverfälschungen nicht immer vermieden werden, was bei den einheimischen Betrieben für Verstimmung sorgt.

Unter dem Deckmantel der Umsetzung von EU-Richtlinien werden den Betrieben zu oft zusätzliche Auflagen gemacht, welche ihren Ursprung lediglich in der Bürokratie haben. Insbesondere für Klein- und Mittelbetriebe sind EU-Richtlinien nicht mit nationalen Zu-

satzregulierungen zu versehen, sondern "nur" umzusetzen, dies im Interesse der Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe. Auch sind die im europäischen Regelwerk oftmals vorgesehenen Kleinbetriebsregelungen von den Behörden zu beachten.

### Ein Programm für den Mittelstand

Das vorliegende Positionspapier hat das Ziel, das wirtschaftliche und soziale Umfeld der Klein- und Mittelbetriebe zu untersuchen und auf bestehende Unstimmigkeiten hinzuweisen. Dabei wird klar werden, daß es weiterhin eine Vielzahl an Problemen gibt, woraufhin die Mittelstandsorganisationen eigene Vorschläge und Anregungen unterbreiten wollen. Dadurch soll das Positionspapier den politischen Parteien helfen, vorrangige Ziele in ihrer Mittelstandspolitik zu definieren, um die Belange der Klein- und Mittelbetriebe zu respektieren.

Im Rahmen unserer Zukunftsgestaltung und der Landesplanung muß die wirtschaftliche, soziale und gesellschaftliche Notwendigkeit der Betriebe erkannt und anerkannt werden und die Gestaltung des Betriebsumfelds muß dieser Rolle verstärkt gerecht werden.

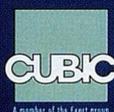
Generell kommt dem sozialen Dialog, welchem sich der Mittelstand besonders verpflichtet fühlt, eine immer größere Bedeutung zu. Diese Domäne fußt auf der partnerschaftlichen Beziehung zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern und stellt den idealen Diskus-

sions- und Entscheidungsrahmen für betriebs- und sozialrelevante Probleme dar. Doch muß die Politik auch hier aktiv werden, wenn kein Vorankommen zwischen Sozialpartnern mehr möglich ist, und dies auch im Sinne der Arbeitgeber. So ist es für die Politiker zu einfach, wie beim Krankengeld, auf die Verantwortung der Sozialpartner zu zeigen und sich gleichzeitig zu weigern, Karenztage oder Versichertenbeteiligung per Gesetz einzuführen.

Daneben darf man vor allem nicht vergessen, daß in vielen tausend Luxemburger mittelständischen Betrieben tagaus, tagein soziale Beziehungen geknüpft und gefestigt werden, auch ohne Zutun von Politik oder Gewerkschaften.

Insbesondere auf europäischer Ebene kommt dem sozialen Dialog eine immer größere Bedeutung zu: Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter treffen Abmachungen, welche von der Kommission ohne Wenn und Aber übernommen und als Richtlinienentwurf auf den Instanzenweg gebracht werden. Hat dann noch der Ministerrat den Entwurf abgesegnet, muß dieser umgesetzt werden.

Leider ist es jedoch so, daß der Mittelstand nicht im europäischen Sozialdialog vertreten ist, so daß seine Stimme bei der Entstehung der Abmachungen nicht gehört wird. Hier muß die nächste Regierung sich weiterhin verstärkt für eine entsprechende Vertretung der Klein- und Mittelbetriebe einsetzen.



## VOTRE COMPTABILITE EST-ELLE PRETE?

### POUR L' EURO?

L'introduction de l'euro fait monter la pression dans bon nombre d'entreprises. Et vous, partirez-vous en 'pole-position' ou préférez-vous faire du surplace?

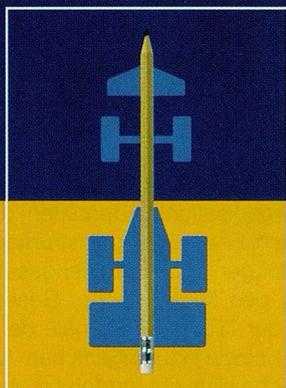
Toutes ces questions vous font attraper des sueurs froides? Inutile de vous mettre martel en tête. Le nouveau logiciel comptable et de gestion de Cubic, "Excellent", est la solution idéale pour les chefs d'entreprise prévoyants.

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



Excellence in software



Um die Interessen des Mittelstandes besser und gerechter zu vertreten, müßten die Parteien mehr Selbständige in ihre Reihen aufnehmen, damit diese ihre Vertretung auch effektiv wahrhaben können. Umgekehrt gilt es auch für die Selbständigen, sich verstärkt politisch zu engagieren.

### Beschäftigung

Die Tripartite-Gespräche haben flankierende Maßnahmen zurückbehalten und insbesondere im Bereich der Arbeitszeit eine neue Sprachregelung im Sinne von mehr Flexibilität für die Betriebe bei gleichzeitiger Wahrung der Interessen der Beschäftigten gefunden. Die abgemachte Basisperiode beträgt vier Wochen; braucht der Betrieb einen längeren Zeitraum, so ist dies über Kollektivvertrag oder eine ministerielle Sonderregelung vorzusehen. Hier bleibt die konkrete Umsetzung abzuwarten.

Während also im Bereich der Arbeitszeitregulierung Fortschritte erzielt werden konnten, bleibt das Arbeitsrecht, und hier insbesondere das Gesetz über den Arbeitsvertrag für die meisten Klein- und Mittelbetriebe problematisch in seiner Anwendung. Der Mittelstand will sich nicht gegen einen berechtigten Schutz der Arbeitnehmer aussprechen, auch nicht gegen die im Gesetz zurückbehaltenen Prinzipien, was Form und Begründung einer Kündigung angeht. Allerdings empfinden mittelständische Unternehmer größte Schwierigkeiten mit den einseitigen richterlichen Handhabungen des Gesetzes, welche in der Praxis auf eine Vorverurteilung des Betriebes hinausläuft. Diese Handhabung des Gesetzes, welche eine problemlose Kündigung quasi unmöglich macht, hält viele Unternehmer von vermehrten Einstellungen ab: das damit verbundene Risiko erscheint zu groß.

### Löhne und Gehälter

Generell fordert der Mittelstand eine Abgabenteilung auf Löhnen und Gehältern, um einerseits die Kaufkraft zu erhöhen und andererseits die Wettbewerbsfähigkeit der Klein- und Mittelbetriebe zu erhalten. Um ein weiteres Anwachsen der Lohnnebenkosten zu vermeiden, müssen konkrete Gesetzesänderungen im Bereich der Sozialversicherungen getroffen werden, um die Kosten im Griff zu behalten.

Hierbei wird vor allem an die Einführung von Karenztagen für alle Versichertenkategorien im Krankheitsfall und an erhöhte Eigenbeteiligung gedacht ebenso wie an die Reform der Invalidenpensionen. Auch wird vor weiteren strukturellen Verbesserungen im Bereich der Altersversicherung gewarnt: Wegen tendenziell zunehmender Beitragslast läßt der Generationenvertrag an der Basis diese nicht zu. (...)

Ein weiteres Problem der mittelständischen Betriebe ist die direkte (Lohn-) Konkurrenz des öffentlichen Sektors. Die Betriebe sind auf dem Markt tätig, der für eine Dienstleistung oder eine Ware einen bestimmten Preis hergibt, wobei die Konkurrenz nicht untätig ist. Dieser im Konkurrenzkampf entstandene Preis beeinflusst seinerseits die Löhne und Gehälter, so zumindest die ökonomische Lehre.

Nun ist es aber so, daß Löhne und Gehälter ihrerseits durch eine Vielzahl an Mechanismen definiert

werden, daß sie also de facto den Preis bestimmen, und dies um so mehr, als die Lohnintensität zunimmt, d.h. der Preis des Endprodukts zu immer größeren Anteilen vom Lohn abhängt.

Die sich am Marktpreis orientierenden Betriebe haben, was Löhne und Gehälter angeht, keinen Spielraum, ganz im Gegenteil zu dem, was oftmals dargestellt wird. Die Lohn- und Gehaltsstrukturen des öffentlichen Dienstes jedoch sind solchen Zwängen nicht ausgesetzt und konkurrieren um die besten Mitarbeiter mit Privatbetrieben. Hier müssen nun die öffentlichen Arbeitgeber in Staat und Gemeinden den Rotstift ansetzen, damit den im Konkurrenzkampf stehenden Betrieben nicht fortwährend die qualifizierten Arbeitnehmer entzogen werden. (...)

### Selbständigkeit und Existenzgründung

Die Wirtschaft in Luxemburg lebt seit jeher vom Mut und der Initiative von Existenzgründern. Sie sind der Motor des Strukturwandels und schaffen Arbeitsplätze für sich und andere. Im Durchschnitt schafft jeder selbständige Unternehmer in Europa vier neue Arbeitsplätze. Aus den eben genannten Gründen muß der Staat die Existenzgründungen beziehungsweise die Betriebsübernahmen weiterhin verstärkt unterstützen und insbesondere die Verfahrensvorschriften zur Gründung eines Unternehmens abändern.

Um Unternehmensgründungen gemäß den Tripartite-Abmachungen in Zukunft einfacher und attraktiver zu machen, fordern die Mittelstandsorganisationen zusätzlich zu den bereits realisierten Erleichterungen:

- den konsequenten weiteren Abbau administrativer Barrieren;
- den Einsatz der Politik, um die seit Jahren anhängige Problematik der Kommodo-Gesetzgebung zu lösen.

Ein Grundproblem der Existenzgründung besteht darin, daß nicht genügend Startkapital bereitgestellt wird, um den Bedarf von Unternehmensgründern mit lebensfähigen Projekten zu decken. Viele Betriebsgründungen benötigen in der Tat substantielle Finanzierungsmittel für Investitionen in Betriebsmittel, welche dem Jungunternehmer - meist ohne ausreichendes Kapital und entsprechende Garantien - nicht zur Verfügung stehen.

Die Mittelstandsorganisationen begrüßen die bestehenden öffentlichen Finanzierungsinstrumente für Unternehmensgründungen (u.a. Rahmengesetz von 1968 zur Förderung des Mittelstandes, Gesetz von 1977 zur Schaffung der "Société Nationale de Crédit et d'Investissement") sowie die steuerlichen Anreize bei Investitionen, welche allesamt fortgeführt und ausgebaut werden müssen. Auch das neue Instrumentarium "CD-PME" ist ein wichtiger Baustein der Unternehmensfinanzierung, welches allerdings auf sogenannte "innovative" Projekte beschränkt bleibt. Auf diese Art bleibt das Problem der Existenzgründung und der Betriebsübernahme mit hohem Kapitalbedarf im gängigen mittelständischen Betrieb ungelöst.

Zusätzlich zu den bereits existierenden Finanzierungshilfen müssen neue Instrumente im Bereich des

Risikokapitals geschaffen werden, die den spezifischen Notwendigkeiten der Klein- und Mittelbetriebe angepaßt sind.

So müssen beispielsweise Eigenkapitalhilfeprogramme für Klein- und Mittelbetriebe eingeführt werden, die kapitalintensiven mittelständischen Unternehmen auf selektiver Basis auch höhere Kapitalbeträge zur Verfügung stellen.

Die Rückzahlungsfristen von der SNCI gewährter Ausrüstungskredite ("crédits d'équipement") sollten bei Immobilieninvestitionen den Abschreibungslaufzeiten besser Rechnung tragen. Auch müßten bestehende Risikokapitalfonds von hoch innovativen Unternehmen auf andere Mittelstandsunternehmen, mit höherem Kapitalbedarf, ausgeweitet werden oder neue Wagniskapitalfonds eigens für Klein- und Mittelbetriebe geschaffen werden.

*(Die beiden mittelständischen Bürgschaftsgenossenschaften für Handel und Handwerk sollen die Möglichkeit bekommen, vermehrt Bürgschaften zu leisten bei Krediten die aufgenommen werden müssen zwecks Finanzierung von Investitionen, ohne daß die von den Banken geforderten Garantien geliefert werden können.)*

### Steuerpolitik

Im Steuerwesen liegen beträchtliche Möglichkeiten zur Kräftigung der kleinen und mittleren Betriebe. Der Mittelstand spricht sich demzufolge für eine sowohl

den Wachstumserfordernissen der Betriebe als auch den Möglichkeiten einer aktiven Beschäftigungspolitik Rechnung tragende Steuerpolitik aus. Steuerliche Anreize festigen den Wirtschaftsstandort Luxemburg, fördern die Bereitschaft zur Gründung oder zur Expansion eines Unternehmens, schaffen neue Arbeitsplätze, erhöhen die Selbstfinanzierungsmöglichkeiten der Betriebe sowie die Kaufkraft jedes einzelnen Konsumenten.

Global betrachtet soll die Steuerpolitik

- vereinfacht und verständlich gemacht werden;
- der Wirtschaft mehr förderliche Aspekte bieten;
- zu Investitionen und Reinvestitionen anregen;
- Ungleichheiten und Diskriminationen vermeiden und ausgleichen;
- arbeitsplatzfördernd orientiert sein.

Der Mittelstand begrüßt die in der jüngsten Vergangenheit von der Regierung getätigten Steuererleichterungen für Unternehmen und physische Personen. Nach den darüber hinaus erzielten Ergebnissen in der Tripartite wird der Mittelstand weiterhin den Dialog mit den politischen Parteien und den Verantwortlichen der Regierung suchen, um diese von der Wichtigkeit punktueller steuerlicher Anreize für die Betriebe zu überzeugen.

Die Einführung einer Steuervergünstigung im Bereich der Erstniederlassung würde eine zusätzliche wirksame Maßnahme zur Unterstützung von Betriebs-



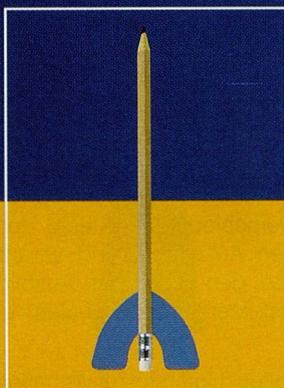
## VOTRE COMPTABILITE EST-ELLE PRETE?

### 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 entrerez 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



Excellence in software

gründungen und somit zur Arbeitsplatzschaffung darstellen. Der Mittelstand fordert folglich eine mehrjährige Steuerbefreiung des gesamten Betriebsergebnisses oder aber eines Betrages in der Größenordnung von 500.000 Franken während der fünf ersten Geschäftsjahre.

Ebenso erforderlich ist eine steuerliche Begünstigung der zwecks Investitionen nicht entnommenen Gewinne respektiv die Einführung steuerfreier Investitionsrücklagen.

Eine weitere Forderung des Mittelstandes ist im Bereich der Steuerbonifikation auf Gesamtinvestitionen die Erhöhung der staatlichen Intervention von 6 % auf 12 % oder aber des Höchstbetrages von 6 Millionen auf 12 Millionen.

Eine Innovation im Bereich der Unternehmensformen bestand in der Einführung der Gesellschaft mit beschränkter Haftung für Einzelpersonen im Jahre 1992. Der Mittelstand setzt sich für die Anpassung der luxemburgischen Steuergesetzgebung an das französische Steuergesetz ein, welches die Wahlmöglichkeit für die Gesellschaft mit beschränkter Haftung für Einzelpersonen zwischen der Besteuerung nach der Einkommensteuer für physische Personen oder derjenigen für Kapitalgesellschaften vorsieht.

Weiterhin fordert der Mittelstand die restlose Abschaffung der Gewerbesteuer. Die mittelständischen Organisationen begrüßen in diesem Zusammenhang die im Rahmen des nationalen Aktionsplans zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit angekündigte Erhöhung des Steuerfreibetrages für Personengesellschaften von 900.000 auf 1.200.000 Franken. Auch ist die Abschaffung der Bestimmung, welche vorsah, daß im Falle von Gesellschaften die Gehälter der mittätigen Teilhaber, welche über 25 % der Anteile besitzen, mit in die Berechnung des Steuermaßbetrages für die geschuldete Gewerbesteuer einbezogen werden, ein Schritt in die richtige Richtung. Der Mittelstand pocht jedoch auf seine initiale Forderung der Erhöhung des Steuerfreibetrages für Personengesellschaften in Höhe von 1.500.000 Franken - was dem hypothetischen Gehalt eines Unternehmers entspricht - ansonsten die Diskrimination gegenüber den Kapitalgesellschaften bestehen bleibt.

Das bestehende System der Mehrwertsteuerrückerstattung beim Bau, Ausbau oder der Renovierung von Wohnfläche wird vom Mittelstand anerkannt. Es handelt sich hier um ein Unterstützungssystem des Wohnungsbaus, welches die Abgabenlast auf regulärer Arbeit senkt und sich entsprechend positiv im Bereich der Bekämpfung der Schwarzarbeit bemerkbar macht. Dieses Rückerstattungssystem muß auch in Zukunft unbedingt erhalten werden, einzig die Bearbeitungsfristen der Anträge müßten reduziert werden.

Klein- und Mittelbetriebe müssen oftmals die Mehrwertsteuer abführen noch bevor der Kunde die Rechnung beglichen hat. Dieser Umstand führt dazu, daß Unternehmen, die über keine breite Finanzdecke verfügen, schnell in finanzielle Engpässe geraten. Der Mittelstand fordert folglich, daß die Fristen für die Abrechnung und die Überweisung der Mehrwertsteuer der Praxis des Marktes angepaßt werden.

Im Rahmen der Besteuerung stellen mittelständische Betriebe vermehrt fest, daß die Steuerverwaltung den versteuerbaren Gewinn nicht anerkennt, sondern höher veranlagt, was zu entsprechenden nicht berechtigten Steuererhöhungen führt. Hier fordern die mittelständischen Organisationen, daß nicht mehr die Betriebe der Beweispflicht ihrer Integrität unterliegen, sondern daß die Kontrolleure den Beweis der Steuerhinterziehung erbringen müssen, bevor sie die Betriebe einer solchen bezichtigen.

## Aus- und Weiterbildung

Der immer schnellere Rhythmus wissenschaftlicher und technologischer Neuerungen erfordert eine raschere und systematischere Anpassung von Wissen und Fähigkeiten. Diese Entwicklung hat bedeutende Auswirkungen sowohl auf die Nachfrage als auf das Angebot im Bereich der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Nur diejenigen mittelständischen Unternehmen, welche sich den ständigen Veränderungen der Arbeitsweise, der Produktionsorganisation sowie den neuen Arbeitstechniken anpassen, werden sich in einem immer stärker konkurrierenden Umfeld durchsetzen.

Der latente Mangel an Nachwuchskräften stellt schon seit Jahren ein Problem im Mittelstand dar. Um dem entgegenzuwirken geht es darum, der dualen Ausbildung und den Berufen in mittelständischen Betrieben ein höheres Ansehen zu verschaffen. Den Jugendlichen müssen verstärkt die zahlreichen Karriere-möglichkeiten hin zu qualifizierten Facharbeitern und Betriebsinhabern in den modernen Berufen des Mittelstandes aufgezeigt werden. Diesen Anforderungen muß unser Ausbildungswesen permanent und flexibel Rechnung tragen.

Mittels gut angepaßter permanenter Begleit- und Unterstützungsmaßnahmen müssen unsere Kinder und Jugendlichen in ihrer Leistungsbereitschaft schon in der Schule gefördert werden und zu solidarischen Bürgern unserer Gesellschaft erzogen werden.

Dem andauernden schulischen Mißerfolg muß ein Riegel vorgeschoben werden durch schnellere und gezieltere Umorientierung.

Eine Aufwertung des Stellenwertes des Mittelstandes in der Öffentlichkeit, was Beschäftigung und Ausbildung angeht, kann nur durch eine konsequente Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure der Lehrlingsausbildung - den Ausbildern und Verantwortlichen im Unternehmen, den Eltern, den Ausbildungsberatern und den Ausbildern in den Schulen - erreicht werden.

Neben den gezielten Unterstützungsmaßnahmen für Ausbildungsbetriebe und Lehrlinge ist auch eine effizientere Berufsberatung und eine gezieltere Berufsorientierung, welche sowohl den Fähigkeiten und Möglichkeiten der Jugendlichen als auch den gegenwärtigen und künftigen Bedürfnissen der Unternehmen Rechnung trägt, von großer Wichtigkeit.

Auch gilt es, die Lehrprogramme ständig dem Bedarf an unternehmerischer und managementbezogener Qualifikation anzupassen. Der technische Schul-



- die Zusammenarbeit zwischen Betrieben beim Transfer von Technologie- und Forschungsergebnissen unterstützen.

### Informationsgesellschaft und elektronischer Handel

In der entstehenden Informationsgesellschaft wird die Information im weitesten Sinne zum entscheidenden Wirtschaftsfaktor, der die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen immer stärker bestimmt. Dieser Strukturwandel betrifft alle Lebensbereiche, in erster Linie aber die Wirtschaft und hier insbesondere den unternehmerischen Mittelstand. Um adäquat auf diesen Strukturwandel reagieren zu können, bilden die Kommunikationsinfrastruktur als Informationsträger und vor allem die Bildung als Vermittlerin der Informationskompetenz unabdingbare Voraussetzungen.

In diesem Zusammenhang möchte der Mittelstand auf den bestehenden strukturpolitischen und speziell mittelstandspolitischen Handlungsbedarf hinweisen. Er begrüßt deshalb nachdrücklich die Gesetzesinitiative der luxemburgischen Regierung im Hinblick auf den elektronischen Handel, möchte aber gleichzeitig seinem Wunsch Ausdruck verleihen, die betroffenen Wirtschaftsverbände stärker in die Ausarbeitung der geplanten Vorlage einzubeziehen und dabei den zeitlichen Druck stärker zur Kenntnis zu nehmen. Auch gilt es dabei, die Konsequenzen für den gesamtrechtlichen Bereich verstärkt zu berücksichtigen und die für diese hochkomplexe Materie nötige internationale Koordinierung und Einflußnahme systematisch zu betreiben.

### Abbau administrativer Belastungen

Der allgemein empfundene administrative Belastungsgrad der Unternehmen ergibt sich aus der Vielzahl der Gesetze, Reglemente und behördlichen Auflagen, mit denen die Unternehmen konfrontiert werden und welche zumeist unkoordiniert auf die Betriebe zukommen.

Diese Verordnungsflut, welche für Handwerk und Gewerbe weder einsichtig noch mit vertretbarem ökonomischem Einsatz bewältigbar ist, muß abgebaut werden.

Etliche nationale aber auch europäische Arbeitsgruppen haben in der Vergangenheit sehr konkrete Vorschläge zur administrativen Vereinfachung gemacht. Die Mittelstandsorganisationen müssen allerdings feststellen, daß diese Vorschläge leider nur ungenügend umgesetzt wurden.

Um eine administrative Überlastung der Unternehmen, welche auf Kosten der allgemeinen Produktivität geht, zu vermeiden, sollen:

- die von den verschiedenen Gremien gemachten Überlegungen zur administrativen Vereinfachung konsequent vorangetrieben und umgesetzt werden. Außerdem müßten die Verwaltungen dazu verpflichtet werden, innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens zu Anfragen der Betriebe Stellung zu nehmen. Gibt eine Verwaltung einem Unternehmen innerhalb der festgelegten Zeit keine Antwort, muß der gestellte Antrag als bewilligt angesehen werden;

- die von der Regierung beschlossenen Impactstudien bei jedem neuen Gesetzentwurf konsequent durchgeführt werden, um die Auswirkungen dieser Gesetze auf den Mittelstand zu analysieren;
- alle Gesetze, Reglemente und Verwaltungsvorschriften im Hinblick auf deren Vereinfachung durchforstet werden.

Eine Verringerung der administrativen Lasten der Unternehmen könnte sicherlich durch eine Harmonisierung der von den Steuerbehörden und dem STA-TEC erwünschten Informationen erreicht werden. *(An dieser Stelle folgt ein längeres Kapitel über den Sozialstaat in dem u.a. der Abbau struktureller Verkürzungen im Sozialsystem, keine Mehrbelastung der Altersversicherung, mehr Mitentscheidungsrecht und Eigenverantwortung sowie eine Absenkung der Mindestreserve zwecks Beitragsentlastung gefordert wird)*

### Standortproblematik

Aufgrund der Knappheit geeigneter Standorte innerhalb von Ortschaften beziehungsweise Städten ziehen viele mittelständische Unternehmen einen Standortwechsel in ein wirtschaftliches Gewerbegebiet beziehungsweise in eine Industriezone in Betracht. Diesem tatsächlichen Bedarf stehen nach wie vor begrenzte Flächen an möglichen Standorten gegenüber oder, falls vorhanden, unmögliche Auflagen der Gemeinde. Die Konsequenz dieser Knappheit ist eine übermäßige Verteuerung der Standortflächen.

Zwar wurde die Problematik mittlerweile von der Regierung und den Gemeinden erkannt und lobenswerte Anstrengungen unternommen, um Lösungen herbeizuführen, doch reichen die getroffenen Maßnahmen noch nicht aus.

So verbleiben große Standortflächen ungenutzt, die industriellen Neuansiedlungen vorbehalten bleiben. Die mittelständischen Organisationen fordern seit längerer Zeit, diese Zonen verstärkt den Klein- und Mittelbetrieben zu öffnen.

Die Mittelstandspolitik soll dementsprechend

- zusätzliche Ansiedlungszonen für mittelständische Unternehmen schaffen und vorhandene Industriegebiete für mittelständische Unternehmen verstärkt öffnen;
- interkommunale Initiativen zur Schaffung von Handwerks- und Handelszonen unterstützen;
- die Erschließung von Gebieten, deren kommunale Nutzbarmachung mittel- oder langfristig vorgesehen ist, beschleunigen.

Ein Problem, das immer noch keine zufriedenstellende Lösung gefunden hat, auch wenn verschiedene Verbesserungen erreicht wurden, ist das der ungenügenden Bauschuttdeponien im besonderen und der Müllentsorgung im allgemeinen. Hier fehlt es noch immer an einem Globalkonzept.

In diesem Kontext möchten die mittelständischen Organisationen zudem auf die immer größer werdende Problematik der "Vertreibung" von eingesessenen Betrieben hinweisen. Das nachbarschaftliche

# Avec Business Post des P&T, vous pouvez vous soulager de vos corvées courrier



Grâce à Business Post, le panier qui sert encore souvent  
à prendre et à déposer soi-même le courrier  
entrant et sortant appartiendra un jour à l'histoire.

Aujourd'hui, Business Post vous propose 'distri+' et 'prise à domicile', qui vous facilitent la vie dans votre entreprise. Le matin nous livrons votre courrier entrant et en fin d'après-midi, nous venons prendre votre courrier à expédier.

**BUSINESS POST** VOTRE COURRIER QUAND ET COMME VOUS VOULEZ



Umfeld alteingesessener Betriebe hat sich in der Vergangenheit oftmals entscheidend verändert: Erschließung neuer Wohngebiete und geänderte Verhaltensweisen der dort ansässigen Bevölkerung sowie immer mehr Bürgerinitiativen haben allzuoft Betriebsschließungen zur Folge, da am angestammten Platz ein Weiterbestand unmöglich wird.

Um Klein- und Mittelbetriebe wieder verstärkt in Städte und Dörfer zu integrieren, was die allgemeine Lebensqualität erhöhen und älteren Mitmenschen beziehungsweise solchen mit geringerer Mobilität den Zugang zu Klein- und Mittelbetrieben erleichtern würde, muß eine Politik verfolgt werden, welche

- ein Gleichgewicht zwischen gewerblichen Aktivitäten innerhalb und außerhalb von Ortschaften anstrebt. In diesem Zusammenhang begrüßt der Mittelstand das in jüngster Zeit abgeänderte Niederlassungsrecht für Großflächenkaufhäuser. Bei den Öffnungszeiten der Geschäfte sollte auf die Wünsche und Gewohnheiten der Konsumenten mehr Rücksicht genommen werden.

In diesem Zusammenhang muß der Mittelstand auch auf die längst überfällige Erfassung der Verkaufsflächen in einem sogenannten "Handelskatalog" erinnern;

- Niederlassungsmöglichkeiten für Klein- und Mittelbetriebe in den Ortschaften ebenso fördert, wie die adäquate Infrastruktur für den Zugang zu diesen Betrieben.

Daneben muß der luxemburgische Tourismus überdacht werden und in ein neues Konzept eingebunden werden. Um dies zu erreichen, muß der "Conseil Supérieur du Tourisme", der beim Tourismusministerium angesiedelt ist, wieder belebt werden und mit weitergehenden Kompetenzen ausgestattet werden. Die Schaffung von Indoor-Attraktionen und der Neu- oder Ausbau von Pilothotelbetrieben in landesweit optimal ausgesuchten und regional wichtigen Ortschaften muß überdurchschnittlich gefördert werden.

### **Konkurrenz, Wettbewerb und Verbraucherschutz**

Unser System der sozialen Marktwirtschaft braucht ein flexibles Regelwerk, welches zum einen der natürlichen Entfaltung der Betriebe förderlich ist, zum anderen jedoch Mißbrauch unterbindet und die legitimen Interessen der Gesellschaft zu schützen versteht. Zur Durchsetzung dieser Interessen muß der Staat jedoch auch bereit sein, die entsprechenden menschlichen und finanziellen Mittel einzusetzen. Nur dann ist die Gleichheit aller vor dem Gesetz garantiert, nur so kann vermieden werden, daß die systematische Nichteinhaltung der Gesetze und Reglemente einigen Betrieben zum Vorteil gereichen kann.

Die Gesetzgebung gegen den unlauteren Wettbewerb muß in regelmäßigen Abständen den Marktenden und gängigen Handelspraktiken in der Großregion angepaßt werden.

Die anstehende Einführung in nationales Recht der Richtlinie über die Vergleichswerbung muß genutzt werden, um verschiedene Regeln (Preisnachlässe,

Zugabeverbot, Saisonausverkauf usw.) in Frage zu stellen. Hier gilt: Weniger ist mehr.

Gleichzeitig gilt es aber, andere Bestimmungen (Schutz der Verbraucher vor Irreführung oder das Verbot von Verdrängungsstrategien) genauer zu definieren. Eine Neuregelung der aktuellen Verwaltung "Konkurrenz, Preise und Verbraucherschutz" hin zu einem Konkurrenz- und Kartellamt würde diesem die rechtliche Handhabe geben, effizient gegen illegale Verkaufspraktiken vorzugehen.

Die im Namen des Verbraucherschutzes in Brüssel ausgearbeiteten Schutzregeln sind leider fast alle unausgewogen und äußerst mittelstandsfeindlich. Im Interesse der Betriebe sowie der Konsumenten ist es an der Zeit, die realitätsfremde Darstellung des unmündigen Verbrauchers aufzugeben.

Die überlange Dauer der Prozesse ist ein oft unterschätztes Hindernis für einen fairen Wettbewerb. Weil durch Verzögerungstaktiken Urteile jahrelang verschleppt werden können, kann es sogar finanziell interessant sein, einen Prozeß anzugehen. Durch diese Entwicklung riskieren diejenigen Betriebe, die sich an die Gesetze halten, die Leidtragenden zu sein.

Hierzu kommt, daß sich die Zahlungsmoral der Kunden generell verschlechtert hat und diese den Mittelstand als kurzfristige Kreditmöglichkeit ausnutzen. Der Mittelstand fordert eine konsequentere Bestrafung mißbräuchlichen Verhaltens, wie zum Beispiel die Übernahme der Prozeßkosten durch den Verurteilten.

Während der letzten Jahre hat die Zahl der Konkurse neue Rekorde erreicht. Um das Interessengleichgewicht zwischen Gläubigern und Schuldern wieder herzustellen, bedarf es unbedingt einer Reform des Konkursrechtes und einer strengeren Handhabung des bestehenden Regelwerkes.

Als erstes müssen die Lieferanten durch die Einführung des Eigentumsvorbehalts besser geschützt werden.

Die zuständigen Instanzen der Justiz müssen darüber hinaus die nötigen Mittel zugesprochen bekommen, die es ihnen erlauben, trotz der zunehmenden Entwicklung der Konkurse jeden einzelnen Fall genauestens analysieren zu können.

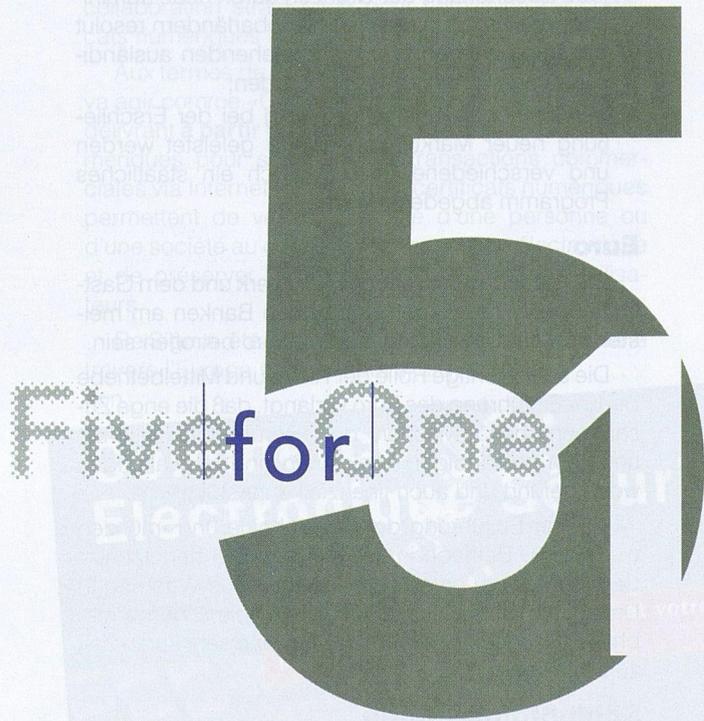
Bei den staatlichen Gläubigern - Sozialversicherung, Mehrwertsteuer und Steuer - soll das gesetzliche Privileg durch eine Eintragung ins Hypothekenregister ersetzt werden. Dies wird den anderen Gläubigern mehr Transparenz über die Finanzlage des Schuldners geben. Außerdem werden hierdurch die staatlichen Instanzen gezwungen, schneller zu reagieren, da Privilegien erst ab dem Tag der Einschreibung entstehen. Der Mittelstand ist außerdem der Meinung, daß Staat und Sozialversicherungen in diesem Bereich jedwede Konkurrenzverzerrung vermeiden sollen. *(Es folgt ein Kapitel über Sozialdumping, Qualitätsdumping und Schwarzarbeit)*

Mit Sorge beobachtet der Mittelstand die Praxis von allen möglichen Vereinen und Vereinigungen ohne Gewinnzweck oder sonstigen Einkaufsgenossenschaften, sich zunehmend im traditionellen Handel oder in der Vereinsgastronomie zu betätigen. Diese operieren im gesetz- und steuerfreien Raum, entrichten keine

# SolutionsPension

## Five | for | One

Un plan d'épargne complémentaire sur mesure pour maintenir le niveau de vos revenus le jour de votre retraite.



- Frais de tenue de compte : 0 LUF
- Droits d'entrée : 0 LUF
- Droits de sortie : 0 LUF (au delà de 10 ans d'épargne)
- Facilité de caisse permanente à taux avantageux
- Possibilité de réorienter sans frais les avoirs cumulés
- Non-imposition des plus-values réalisées

Un simple ordre permanent venant de votre banque suffit pour bénéficier de tous ces avantages.

Les SolutionsPension

BANQUE DE LUXEMBOURG

Pour tout renseignement, contactez-nous au 49 924 - 3968 ou retournez-nous, sans engagement de votre part, le coupon ci-contre.

SolutionsPension Five for One

### Demande d'informations

à retourner par courrier à : Banque de Luxembourg **Five** | for | **One** BP 2221 L-1022 Luxembourg

- Oui, je souhaite être contacté au numéro suivant \_\_\_\_\_ entre \_\_\_\_ h et \_\_\_\_ h par un conseiller **Five** | for | **One**
- pour obtenir de plus amples informations
- pour convenir d'un rendez-vous sur mon lieu de travail ou à mon domicile
- Oui, je souhaite recevoir, sans engagement de ma part, les documents qui me permettront de déterminer la solution **Five** | for | **One** qui me convient.

M./Mme/Mlle\* \_\_\_\_\_

nom

prénom

Adresse (professionnelle/privée\*) \_\_\_\_\_

\*biffer les mentions inutiles

Téléphone \_\_\_\_\_

Sozialabgabe und stellen eine vollkommen illegale Konkurrenz dar. Nach Ansicht des Mittelstandes muß in diesem Bereich unbedingt für Ordnung gesorgt werden durch entsprechende gesetzliche oder regulatorische Neuerungen. *(Es folgt ein Kapitel über eine mittelstandsverträgliche Auftragsvergabepolitik)*

## Nachhaltige Entwicklung und Umweltpolitik

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung findet die Unterstützung des Mittelstandes, da es wirtschaftliche Entwicklung und ökologische Zielsetzungen in Einklang zu bringen versucht. Doch wird hierbei zu oft vergessen, daß die nachhaltige Entwicklung sich auf eine entsprechende wirtschaftliche Entwicklung stützen muß, um überhaupt die gewünschten sozialen und umweltpolitischen Ziele zu erreichen. Nachhaltige Entwicklung darf sich dementsprechend nicht gegen Wirtschaftswachstum richten.

Der Mittelstand ist auch weiterhin bereit, eine aktive Rolle im Bereich der Umweltpolitik zu übernehmen. Doch muß hier ein grundlegendes Umdenken bei den zuständigen Instanzen stattfinden, da Klein- und Mittelbetriebe in der Regel umweltverträglich arbeiten und dementsprechend wenig belastend sind. Diese Einsicht würde eine Reform der Kommodo-Gesetzgebung vereinfachen, besonders da eine entsprechende Novellierung in Anbetracht der Hemmnisse für die Luxemburger Wirtschaft längst überfällig ist.

So fordern die Mittelstandsorganisationen weiterhin, daß die Prozedur für kleine und mittlere Betriebe vereinfacht werden soll. Es wäre ein großer Fortschritt, wenn Klein- und Mittelbetriebe nicht die komplexe Prozedur durchlaufen müßten, sondern bei der Planung ihrer Investition Standardauflagen befolgen müßten. In dem Fall könnte die Genehmigungsprozedur durch eine einfache Meldepflicht ersetzt werden.

Die Auflagen, also die Emissions- und Immissionswerte müßten durch großherzogliches Reglement festgelegt werden.

Doch auch im europäischen Umfeld soll Luxemburg seine Rolle neu überdenken. Der Mittelstand, der in direkter Konkurrenz zu den angrenzenden Regionen steht, kann sich einen Luxemburger Alleingang im Umweltrecht nicht leisten. Auch vertritt er die Meinung, daß Luxemburg nicht über die notwendigen Ressourcen verfügt, um ein aufwendiges Umweltregelwerk aufzubauen, und besser daran getan würde sich an ein bestehendes System anzulehnen.

Besonders im Umweltrecht soll der Vorsatz - weniger Regeln, aber durchsichtige Regeln - gelten.

## Unterstützung der grenzüberschreitenden Aktivitäten

Der europäische Binnenmarkt hat zu grundsätzlichen Anpassungen der Betriebe an neue Marktstrukturen und zu einer Verschärfung der Konkurrenzsituation geführt durch mehr und mehr ausländische Betriebe.

Der Mittelstand stellt jedoch fest, daß dieser Öffnungsprozeß sich hauptsächlich in eine Richtung bewegt und Luxemburger Betriebe eine weitaus weniger aggressive Exportpolitik betreiben.

Dies ist erstens darauf zurückzuführen, daß Luxemburg in der Großregion durch seine Kaufkraft einen "leitenden Markt" darstellt und, so wie es ausländische Betriebe hierhin zieht, die hiesigen Betriebe auch weiteres Entwicklungspotential auf ihrem Heimatmarkt verspüren. Auf der anderen Seite ist der Weg ins Ausland beschwerlich und birgt vielerlei Risiken: ungenügende Kenntnis der Marktgegebenheiten, andere technische und gesetzliche Anforderungen und administrative Hürden.

Damit Luxemburger Betriebe eine aktivere Rolle in der Großregion übernehmen, können muß

- jede Abschottung der Grenzen durch neue administrative Hürden in unseren Nachbarländern resolut bekämpft werden und die bestehenden ausländischen Schikanen abgebaut werden;
- den Betrieben eine Hilfestellung bei der Erschließung neuer Märkte im Ausland geleistet werden und verschiedene Risiken durch ein staatliches Programm abgedeckt werden.

## Euro

Die Betriebe aus Handel, Handwerk und dem Gaststättengewerbe werden neben den Banken am meisten von der Umstellung auf den Euro betroffen sein.

Die sehr wichtige Rolle der Klein- und Mittelbetriebe bei der Einführung des Euro verlangt, daß die enge Zusammenarbeit zwischen den Berufsorganisationen und den zuständigen Ministerien und Verwaltungen weitergeführt und auch finanziell unterstützt wird.

Bei der Einführung der Euroscheine und -münzen werden die Betriebe in verstärktem Maß benutzt, um den Franken zu entsorgen und die neue Währung in Umlauf zu bringen. Daher gilt es, die Übergangsphase mit der Doppelwährung auf eine sehr kurze Zeit zu begrenzen.

## Schlußfolgerungen

Die Klein- und Mittelbetriebe können in unserer Gesellschaft nur dann ihre wirtschaftliche und soziale Rolle spielen, wenn ihr gesamtes Umfeld so angelegt ist, daß ihre Entwicklung nicht gehemmt, sondern im Gegenteil gefördert wird. Unter diesen Gegebenheiten ist es ihnen möglich, ihre wichtige gesellschaftliche Rolle zu stützen beziehungsweise weiter auszubauen. Dies funktioniert allerdings nur dann, wenn sowohl die Sozialpartner als auch die politischen Mandatsträger am selben Strang ziehen. Der Mittelstand ist bereit, seine Verantwortung in der Mittelstandspolitik voll und ganz zu übernehmen, wie er dies in der Vergangenheit bereits bewiesen hat.

Für die politischen Verantwortlichen gilt es nun, die Bemühungen des Mittelstandes weiterhin zu unterstützen und zu fördern. Wenn der vorliegende Aktionsplan des Mittelstandes bei weitem nicht vollständig ist, so sollte er doch eine Reihe von Anregungen liefern, um den Parteien bei der Ausarbeitung ihrer Mittelstandspolitik zu helfen. Es ist natürlich klar, daß die Umsetzung der Mittelstandspolitik einer zukünftigen Regierung nur im ständigen Dialog mit den Verantwortlichen des Mittelstandes, die täglich mit den realen Problemen der Klein- und Mittelbetriebe konfrontiert sind, erfolgen kann.

## Commerce électronique

# La signature électronique sécurisée disponible au Grand-Duché de Luxembourg

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et BelSign/GlobalSign annoncent une collaboration stratégique pour l'émission de certificats numériques à Luxembourg.

Aux termes de l'accord, la Chambre de Commerce va agir comme « Certification Service Provider (CSP) » délivrant **à partir du 4 janvier 1999** des certificats numériques pour sécuriser les transactions commerciales via Internet/Intranet. Les certificats numériques permettent de vérifier l'identité d'une personne ou d'une société au cours d'une transaction électronique et de préserver l'intégrité des données des utilisateurs.

BelSign a été fondée en 1996 et s'est étendue à travers l'Europe sous la nouvelle dénomination

de GlobalSign. La société a développé une expertise unique dans le domaine de la gestion des solutions de certification numérique pour les applications de commerce électronique, ayant déjà délivré plus de 90% de ses certificats en dehors de la Belgique. Afin d'instaurer un environnement sûr pour les transactions électroniques, la Chambre de Commerce s'est engagée dans un partenariat avec BelSign/GlobalSign.

GlobalSign, originellement BelSign, a été créée en 1996 par les Chambres belges de Commerce et d'Industrie. Avec des organisations filiales; GlobalSign Austria et GlobalSign Italia et des accords de partenariat avec EDI-TIE aux Pays-Bas, la Chambre de Commerce du Luxembourg et TurSign en Turquie, plus de 90% des certificats délivrés par GlobalSign l'ont été en dehors de la Belgique. GlobalSign fait partie du consortium qui donne ses avis à la Commission européenne pour créer un cadre légal européen pour le commerce électronique.

Les partenaires stratégiques de GlobalSign se composent entre autres de IBM Global Network, PricewaterhouseCoopers, Oracle, Sun Microsystems et Siemens Nixdorf. La société bénéficie du support mondial de Microsoft (Internet Explorer) ainsi que de Netscape (Navigator). Il est possible de consulter le site web de GlobalSign ([www.globalsign.net](http://www.globalsign.net)).

Les entreprises pourront demander leurs certificats numériques auprès de la Chambre de Commerce, leur permettant de réaliser du commerce électronique en toute confiance. L'expérience de BelSign/GlobalSign et la notoriété de la Chambre de Commerce en matière de certification offrent désormais au marché luxembourgeois une nouvelle plate-forme pour des transactions électroniques sécurisées.

Sur la base de son lien étroit avec les entreprises et forte de sa grande expérience dans le domaine de la certification tels que carnets ATA et certificats d'origine, la Chambre de Commerce est un partenaire naturel pour agir en tant que CSP dans le processus d'émission des certificats numériques. Par cette collaboration, la Chambre de Commerce va étendre ses services aux entreprises en les aidant à organiser leurs relations commerciales sur les réseaux ouverts comme l'Internet.

Pour de plus amples informations, vous pouvez contacter la Chambre de Commerce, Service Commerce Extérieur, tél. 42 39 39-310 ou -314, fax: 43 83 26, e-mail: [globalsign-lux@cc.lu](mailto:globalsign-lux@cc.lu), homepage: <http://www.cc.lu>.

**Commerce Electronique Sécurisé**

Sécurisez vos messages e-mail et votre site web par un certificat numérique!

Recevez votre carte d'identité électronique pour encrypter et signer votre courrier via ordinateur!

CHAMBRE DE COMMERCE  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Certification Service Provider / CSP

## Chambre de Commerce

# Élections 1999

En mars 1999 auront lieu les élections pour désigner les membres élus à l'Assemblée Plénière de la Chambre de Commerce pendant la prochaine période quinquennale de 1999 à 2004. La présente note résume les principales étapes.

### 1. Calendrier

Les opérations électorales se déroulent d'après le calendrier reproduit en annexe.

### 2. 1<sup>er</sup> - 14 décembre 1998: Inscription aux listes électorales

Les collèges des bourgmestres et échevins publient dans la première quinzaine du mois de décembre 1998 un avis portant invitation à tout citoyen de produire le 14 décembre 1998 au plus tard les titres qui donnent droit à l'électorat à la Chambre de Commerce. A cette fin les administrations communales envoient à chaque ressortissant de la Chambre de Commerce un questionnaire avec invitation à vérifier les informations de base y répertoriées et à renvoyer à l'administration communale compétente.

Les communes se basent sur les questionnaires renvoyés pour établir les listes électorales.

Les listes électorales sont établies et révisées ensuite du 15 décembre 1998 au 10 janvier 1999.

### 3. 11 janvier - 21 janvier 1999: Vérification de l'inscription sur les listes électorales

Le 11 janvier 1999 les collèges des bourgmestres et échevins invitent par un avis public à vérifier les inscriptions sur les listes électorales.

Jusqu'au 21 janvier 1999 au plus tard les électeurs de la Chambre de Commerce disposent du droit de vérifier leur inscription correcte aux listes électorales établies par la commune de leur domicile.

Tout intéressé indûment inscrit, omis ou rayé, peut présenter un recours, par écrit ou verbalement, au secrétariat de la commune, en y joignant les pièces justificatives dont il entend faire usage. Ces recours sont reçus contre récépissé par le secrétaire communal ou par la personne déléguée par le collège des bourgmestres et échevins.

### 4. Proposition des candidats (délai: 18 février 1999 à 18.00 heures)

Le 8 février, le juge de paix de Luxembourg publie un avis fixant les jours, heures et lieu auxquels il recevra les présentations de candidats et les déclarations de témoins. L'avis indique deux jours au moins, parmi lesquels le dernier jour utile, et trois heures au moins pour chacun de ces jours, le dernier délai utile est, dans tous les cas, de cinq à six heures du soir.

Le juge de paix enregistre les propositions dans l'ordre de leur présentation. Il est délivré un récépissé sur le nom des trois signataires, chargés de la remise de la proposition.

La proposition des candidats doit être signée par un nombre d'électeurs égal à celui des membres effectifs à élire par le groupe en question.

Lors de la présentation des candidats, les signataires de la proposition peuvent désigner un témoin et un témoin suppléant pour assister aux opérations du bureau électoral afférent.

La proposition doit être accompagnée:

1. d'une attestation délivrée à chaque candidat par la commune de son domicile électoral et certifiant qu'il est électeur et dans quel groupe;
2. d'une déclaration signée par les candidats et attestant qu'ils acceptent la candidature dans ce groupe.

Elle est remise au juge de paix par un des signataires de la proposition. La proposition indique le groupe où figurent les candidats, les noms, prénoms, profession et domicile des candidats, ainsi que des électeurs qui les présentent.

Les candidats sont inscrits selon l'ordre alphabétique.

Le 18 février 1999, à 18.00 heures du soir au plus tard, toutes les propositions de candidats doivent être remises au greffe de la justice de paix de Luxembourg.

Cette date tombe au milieu des vacances de Carnaval.

### 5. Nombre de candidats

Pour la période 1999-2004 la Chambre de Commerce se composera de 23 membres effectifs et de 23 membres suppléants, à savoir:

- Groupe 1 Commerce de gros, 3 sièges
- Groupe 2 Commerce de détail et autres activités commerciales non spécialement dénommées,  
5 sièges
- Groupe 3 Etablissements métallurgiques occupant régulièrement plus de 200 salariés ainsi que leurs comptoirs de vente, 3 sièges
- Groupe 4 Banques, 4 sièges
- Groupe 5 Assurances, 1 siège
- Groupe 6 Etablissement d'hébergement, 1 siège
- Groupe 7 1) Cafetiers et  
2) Restaurateurs, 1 siège
- Groupe 8 Petite et moyenne industrie, 5 sièges

Arrêté grand-ducal du 13 janvier 1925: «Lorsque le nombre des candidats d'un groupe ne dépasse pas celui des membres effectifs et des membres sup-

pléants à élire dans ce groupe ou lorsque le nombre des candidats proposés est inférieur à celui des membres effectifs et des membres suppléants à élire dans ce groupe, ces candidats sont proclamés élus par le juge de paix sans autre formalité, sous condition toutefois que pour ce groupe il n'ait été présenté qu'une seule liste de candidats et que cette liste désigne expressément, d'une part, les membres effectifs et, d'autre part, les membres suppléants dans l'ordre suivant lequel ils devront remplacer les membres effectifs. Il en est dressé procès-verbal qui est signé, séance tenante, par le juge de paix et son secrétaire, pour être immédiatement adressé au «Ministère' du service afférent.»

Il convient de remarquer que l'article 16 de la loi modifiée sur les chambres professionnelles prévoit que toute liste de candidats doit comprendre un nombre de candidats au moins égal au nombre des délégués effectifs et suppléants à élire.

La présente note est faite sous toutes réserves alors que l'avis du juge de paix fixant les modalités de la présentation des candidats est déterminant.

## **Elections pour la Chambre de Commerce 1999 - Echancier**

Est reproduit ci-après le calendrier des élections quinquennales pour la Chambre de Commerce.

### **1998**

#### **1<sup>er</sup> - 14 décembre**

Avis des collèges des bourgmestres et échevins portant invitation à tout citoyen de produire avant le 14 décembre les titres de ceux qui ont droit à l'électorat (art. 10 loi).

#### **15 décembre 1998 - 10 janvier 1999**

Etablissement et révision des listes électorales (art. 10 loi).

### **1999**

#### **10 janvier 1999**

Echéance du délai: les listes sont arrêtées définitivement et déposées à l'inspection du public dans un local communal (art. 11 loi).

#### **11 janvier 1999**

Avis relatif au dépôt des listes avec invitation à présenter les recours éventuels (art. 11 loi).

#### **21 janvier 1999**

Echéance du délai des recours (art. 11 loi).

#### **24 janvier 1999**

Le collège échevinal transmet les recours au juge de paix qui statue en audience publique (art. 12 loi).

#### **7 février 1999**

Clôture définitive des listes électorales modifiées à la suite d'éventuels recours (art. 10 arrêté d'exécution).

#### **8 février 1999**

Avis du juge de paix de Luxembourg fixant les jours, heures et lieu auxquels il recevra les présentations de candidatures et les désignations de témoins (art.17 arrêté d'exécution).

#### **14 février 1999**

Copie des listes électorales définitivement arrêtées est envoyée au Gouvernement qui la transmet au président du bureau électoral (art. 10 arrêté d'exécution).

#### **18 février 1999 (18.00 heures)**

Les propositions de candidats doivent être remises au greffe de la justice de paix de Luxembourg à 18.00 heures du soir au plus tard.

Le jour même de la clôture des listes des candidats le juge de paix fait connaître d'urgence leurs noms etc. au Ministre du service afférent (art. 17 arrêté d'exécution)

#### **20 mars 1999**

Echéance du délai de transmission des bulletins de vote à la poste par les électeurs (art. 32 arrêté d'exécution).

#### **30 mars 1999**

Echéance du délai de remise des bulletins de vote à la poste par les électeurs (art. 35 arrêté d'exécution).

#### **31 mars 1999 (18.00 heures)**

Clôture de scrutin (art. 41 arrêté d'exécution).

#### **1<sup>er</sup> avril 1999**

Remise des enveloppes reçues au bureau électoral par le président (art. 41 arrêté d'exécution).

#### **15 avril 1999**

Expiration du délai pour l'introduction des réclamations relatives aux élections (art. 15 loi).

## **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

## Salon à l'envers

# Le rendez-vous des affaires sans rendez-vous

Après le grand succès rencontré par les 3 premières éditions du «Salon à l'Envers», la Région Lorraine, la DRIRE Lorraine, la DRCE de la Lorraine, la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de la Lorraine, la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Sarre, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Libramont et la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg organisent le 12 mars 1999, dans les locaux de Mecanica à Thionville, la quatrième édition du «Salon à l'Envers».

A l'inverse d'un salon traditionnel, le «Salon à l'Envers» offre la possibilité aux donneurs d'ordres (les acheteurs) de recevoir les prestataires de services (les fournisseurs, vendeurs d'équipement ou de service). Dans le «Salon à l'Envers» les visiteurs viennent vendre et les exposants achètent. Tous les secteurs

d'activités sont invités à participer à ce salon, soit comme donneurs d'ordres (exposants), soit comme visiteurs.

Le «Salon à l'Envers» présentera aux PME / PMI régionales les besoins en produits et services des grands donneurs d'ordres de l'espace SAAR-LOR-LUX. Au delà d'une nouvelle forme de marketing achat et d'une nouvelle forme de dynamisme commercial, ce salon constitue un moyen original de créer un autre type de relations entre clients et fournisseurs.

Quelques chiffres sur l'édition 1998: 30 donneurs d'ordres, 250 besoins en produits et services ont été exprimés, près de 1300 contacts ont été établis par environ 400 participants. Parallèlement au salon des donneurs d'ordres sera organisé un espace rencontre qui permettra aux visiteurs d'effectuer des contacts entre eux et d'échanger du savoir-faire. Un espace conseil sera disponible où les divers organisateurs seront présents. Pour obtenir des renseignements complémentaires pour le «Salon à l'Envers» les entreprises peuvent s'adresser à la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, Monsieur Edouard Vollmar, tél.: 42 39 39-313.

## Messen und Ausstellungen

### Januar und Februar 1999

#### BIJOUTEX

04.01. - 06.01.1999 - Stuttgart (D)

Fachausstellung für Modeschmuck, Modeaccessoires, Boutiquemoden, Drogerie- und Geschenkartikel

Tel.: 0049 / 71 81 97 95 15

:PSI 06.01. - 08.01.1999 -

Düsseldorf (D)

Internationale Fachmesse für Werbeartikel

Tél: 0049 / 211 90 19 10

#### BIJOUTEX

09.01. - 11.01.1999 - München (D)

Fachausstellung für Modeschmuck, Modeaccessoires, Boutiquemoden, Drogerie- und Geschenkartikel

Tél. 0049 / 71 81 97 95 15

#### SPLASHURE & REKREATECH

12.01. - 14.01.1999 - Rotterdam (NL)

Fachmesse für Planung, Bau, Ausstattung, Verwaltung, Wartung und Renovierung von Freizeitstätten, Schwimmbädern, Sportanlagen und Fitnesszentren

Tél. 0031 / 10 29 33 300

#### HEIMTEXTIL

13.01. - 16.01.1999 -

Frankfurt/Main (D)

Internationale Fachmesse Floor-Wall-Window Decoration & Furniture Fabrics / Bed-Bath-Table & Kitchen Linen

Tél: 0049 / 69 75 750

#### APPROFAL

14.01. - 18.01.1999 - Paris (F)

Internationale Fachausstellung Ausrüstung und Werkstoffe für die Möbelindustrie und Raumausstatter

Tél. 0033 / 14 07 64 500

#### ESPACE CUISINE & BAIN

14.01. - 18.01.1999 - Paris (F)

Internationale Fachmesse für Küchen und Bäder

Tél: 0033 / 14 07 64 500

#### LUMIERE PARIS

14.01. - 18.01.1999 - Paris (F)

Internationale Leuchtenfachmesse

Tél. 0033 / 14 42 90 242

#### TAPIS

14.01. - 18.01.1999 - Paris (F)

Internationale Teppich- und Tapetenausstellung

Tél: 0033 / 14 07 64 500

#### VAKANZ

15.01. - 17.01.1999 - Luxembg (L)

Touristikmesse

Tél: 00352 / 43 99 1

#### BOOTAUSSTELLUNG

16.01. - 24.01.1999 - Düsseldorf (D)

Internationale Bootsausstellung

Tél. 0049 / 21 14 56 001

#### CMT

16.01. - 24.01.1999 - Stuttgart (D)

Internationale Ausstellung für Caravan, Motor, Touristik

Tél. 0049 / 71 12 58 90

#### HARDWARE

17.01. - 19.01.1999 - Luzern (CH)

Schweizerische Fachmesse für Werkzeuge, Eisenwaren und Garten

Tél. 0041 / 41 31 83 700

**IMM**

**18.01. - 24.01.1999 - Köln (D)**  
 Internationale Möbelmesse  
 Tél. 0049 / 22 18 210

**BAU**

**19.01. - 24.01.1999 - München (D)**  
 Internationale Fachmesse für  
 Baustoffe, Bausysteme,  
 Bauerneuerung  
 Tél. 0049 / 89 94 901

**FRUIT LOGISTICA**

**21.01. - 23.01.1999 - Berlin (D)**  
 Internationale Messe für  
 Früchte- und Gemüsemarketing  
 Tél. 0049 / 30 30 380

**IGW**

**22.01. - 31.01.1999 - Berlin (D)**  
 Internationale Grüne Woche Berlin  
 - Ausstellung für Ernährungswirt-  
 schaft, Landwirtschaft und  
 Gartenbau  
 Tél. 0049 / 30 30 380

**JAGD & HUND**

**26.01 - 31.01.1999 - Dortmund (D)**  
 Internationale Ausstellung für Jagd  
 und Angelfischerei  
 Tél. 0049 23 11 20 45 21

**SIJ**

**28.01. - 01.02.1999 - Paris (F)**  
 Internationale Spielwarenmesse  
 Tél. 0033 / 14 01 60 015

**PM**

**29.01. - 31.01.1999 - Essen (D)**  
 Internationale Fachmesse Pflan-  
 zen, Gartenbautechnik,  
 Floristenbedarf  
 Tél. 0049 / 20 17 24 40

**HIFF**

**29.01. - 31.01.1999 - Helsinki (F)**  
 Internationale Modemesse  
 Tél. 0035 / 89 15 091

**INTERNATIONALE  
 AUSSTELLUNG  
 FÜR DAMEN- UND  
 HERRENWÄSCHE**

**29.01. - 01.02.1999 - Paris (F)**  
 Tél. 0033 / 14 75 63 232

**SEHM**

**29.01. - 01.02.1999 - Paris (F)**  
 Internationale Fachmesse für Her-  
 ren- und Knabenbekleidung  
 Tél. 0033 / 14 45 56 650

**BIJORHCA**

**29.01. - 01.02.1999 - Paris (F)**  
 Internationale Fachmesse für Uh-  
 ren, Schmuck, Gold- und  
 Silberwaren, Modeschmuck und  
 Accessoires  
 Tél. 0033 / 14 75 65 000

**MODE ENFANTINE**

**30.01. - 01.02.1999 - Paris (F)**  
 Internationaler Kindermodensalon  
 Tél. 0033 / 14 75 65 000

**ISM**

**31.01. - 04.02.1999 - Köln (D)**  
 Internationale Süßwaren-Messe  
 Tél. 0049 / 22 18 210

**HERREN-MODE-WOCHE**

**05.02. - 07.02.1999 - Köln (D)**  
 Internationale Herren-Mode-Messe  
 Tél. 0049 / 22 18 210

**INTER-JEANS**

**05.02. - 07.02.1999 - Köln (D)**  
 Internationale Sportswear- und  
 Young-Fashion-Messe  
 Tél. 0049 / 22 18 210

**IKF / INTERKONDICA**

**06.02. - 09.02.1999 - Frankfurt /  
 Main (D)**  
 Internationale Fachmesse, Kondi-  
 torei, Café, Confiserie und Eis  
 Tél. 0049 / 21 19 01 910

**ISPO - WINTER**

**07.02. - 10.02.1999 - München (D)**  
 Internationale Fachmesse  
 für Sportartikel und Sportmode  
 Tél. 0049 / 89 94 901

**IFE**

**07.02. - 11.02.1999 - London (GB)**  
 Internationale Nahrungsmittel-  
 und Getränkeausstellung  
 Tél. 0044 / 17 14 86 19 51

**HORECA WORLD**

**08.02. - 11.02.1999 - Brüssel (B)**  
 Internationale Fachmesse  
 für das Gastronomie-  
 und Cateringgewerbe  
 Tél. 0032 / 25 14 10 11

**INTERNATIONALE  
 BAUWBEURS**

**08.02. - 13.02.1999 - Utrecht (NL)**  
 Internationale Baummesse  
 Tél. 0031 / 30 29 55 911

**SITI**

**09.02. - 11.02.1999 - Madrid (SP)**  
 Ausstellung für Informations-  
 technologie  
 Tél. 0034 / 16 40 01 31

**KIND + JUGEND**

**12.02. - 14.02.1999 - Köln (D)**  
 Internationale Kinder- und  
 Jugend-Messe  
 Tél. 0049 / 22 18 210

**MODEMESSE**

**13.02. - 15.02.1999 - Leipzig (D)**  
 Tél. 0049 / 34 16 780

**REISEN HAMBURG**

**13.02. - 21.02.1999 - Hamburg (D)**  
 Internationale Ausstellung  
 Tourismus, Caravan, Autovision  
 Tél. 0049 / 40 35 690

**UTECH BERLIN**

**15.02. - 19.02. 1999 - Berlin (D)**  
 Umwelttechnologieforum  
 mit Fachausstellung  
 Tél. 0049 / 30 21 29 53

**AMBIENTE**

**19.02. - 23.02.1999 -  
 Frankfurt/Main (D)**  
 Internationale Frankfurter  
 Messe - Tischkultur und Küche,  
 Geschenk-Ideen/Domus + Lumina  
 Tél. 0049 / 69 75 750

**C-B-R**

**20.02. - 28.02.1999 - München (D)**  
 Ausstellung Caravan - Boot -  
 Internationaler Reisemarkt  
 Tél. 0049 / 89 94 901

**DOMOTECHNICA**

**22.02. - 25.02.1999 - Köln (D)**  
 Tél. 0049 / 22 18 210

**FREIZEIT**

**25.02. - 28.02.1999 - Saarbrücken (D)**  
 Ausstellung für Touristik, Camping  
 Tél. 0049 681 954 020

**INHORGENTA**

**26.02. - 01.03. 1999 - München (D)**  
 Internationale Fachmesse für  
 Uhren, Schmuck, Edelsteine,  
 Perlen und Silberwaren mit  
 zugehörigen Fertigungs- und  
 Betriebseinrichtungen  
 Tél. 0049 / 89 94 901

**EUROPAIN**

13.02. - 17.02.1999 - Paris (F)  
Internationale Ausstellung für  
Bäckerei, Konditorei und Catering  
Tél. 0033 / 14 90 96 000

**INTERSUC**

13.02. - 17.02.1999 - Paris (F)  
Internationale Fachmesse für  
Süßwaren, Schokoladenware,  
Dauerbackwaren, Feingebäck  
und Feinkost  
Tél. 0033 / 14 28 51 820

**EXPONET WIEN / INTERNET WELT WIEN**

15.02. - 17.02.1999 - Wien (A)  
Internationale Fachmesse für  
Networking, Enterprise Computing,  
Telekommunikation und Internet-  
Technologien  
Tél. 0043 / 15 12 99 00

**INTERNATIONALE BOOTS AUSSTELLUNG**

20.02. - 28.02.1999 - Gent (B)  
Tél. 0032 / 92 41 92 11

**BATIBOUW**

25.02. - 07.03.1999 - Brüssel (B)  
Internationale Fachmesse für  
Baustoffe, Renovierung und  
Inneneinrichtung  
Tél. 0032 / 26 63 14 00

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

**syrecos**  
LUXEMBOURG

**vous propose:**

le catalogue télématique des formations professionnelles continues au Luxembourg,  
un serveur Internet luxembourgeois dédié,  
un lieu d'échange avec les Professionnels de la formation continue.

[www.syrecos.lu](http://www.syrecos.lu)

**Séminaires**

**TECHNIQUES D'ACCUEIL PAR TÉLÉPHONE**

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

**Programme :**

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

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

- Prendre ou passer une commande par téléphone
- Importance de l'écoute et de la reformulation
- Les objections au téléphone
- Chaque objection peut être un argument de vente
- La conclusion
- Comment conclure un appel en respectant l'interlocuteur?

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

Toute personne confrontée à l'accueil téléphonique

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

\* Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

**Dates:** lundi 25 et mardi 26 janvier 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures. Jeudi 7 et vendredi 8 octobre 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures.

**ENTRETIEN ET PROTECTION DE LA COLONNE VERTEBRALE**

**Objectifs:**

- Mieux connaître le fonctionnement de sa colonne vertébrale

- Mieux comprendre les répercussions du «mal de dos» sur tout notre organisme
- Prévention et entretien de la colonne vertébrale afin d'éviter le mal de dos et ses conséquences

#### Programme:

- Connaître pour comprendre, comprendre pour réagir
- Connaissance sommaire de la colonne vertébrale et de son mécanisme
- Les processus de blocage vertébraux
- Agressions extérieures ayant des répercussions sur la colonne vertébrale: travail, sport,...
- Prévention par des conseils de protection et d'économie du dos dans sa vie privée et au travail
- Apprentissage de l'entretien quotidien de la colonne vertébrale à la maison et au travail
- Apprentissage de la relaxation dynamique afin de relâcher ses tensions musculaires
- Apprentissage d'exercices simples praticables à domicile pour maintenir la souplesse et la musculature de la colonne vertébrale
- conseils de pratiques sportives

**Conférencier:** Max BRESLER, kinésithérapeute D.E et formateur en entreprise

**Public:** toute personne travaillant en position assise prolongée devant écran, toute personne souffrant du mal de dos

**Droit d'inscription:** 7.000.- LUF, documentation et rafraîchissements inclus

**Dates:** jeudi 28 et vendredi 29 janvier 1999  
de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures.

## KUNDEN UND BESUCHER BESSER EMPFANGEN

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

Eine situativ richtige Kundenansprache verlangt von jedem Mitarbeiter, gleich, in welcher Form und wo er auf den Kunden trifft, Einstellungen und Fähigkeiten, die selten von Natur aus vorhanden sind. Sehr oft stehen dem Mitarbeiter diese Verhaltensmuster nicht zur Verfügung. Richtiges Verhalten und die entsprechende Kundenansprache verlangt sehr viel Einfühlungsvermögen und Wissen, das erworben sein will.

Allein schon das Beantworten der Frage, wie spreche ich einen Kunden, einen Besucher richtig an,

der nicht der Norm entspricht, bereitet Kopfzerbrechen. Wer setzt sich schon mit dem Thema auseinander, was sage ich wem wo? Hier will dieses Seminar helfen! Die Aufgabenstellung richtiger Kundenempfang, situationsgerechtes Verhalten, wird mittels praktischer Übungen erörtert. Ein Seminar für den aufgeschlossenen, aktiven Mitarbeiter, der die Voraussetzungen richtigen Verhaltens gegenüber Kunden - gleich an welchem Ort - erlernen möchte.

#### Spezieller Hinweis:

Der Schwerpunkt der Seminararbeit wird bei den individuellen Aufgabenstellungen der einzelnen Seminarteilnehmer liegen. Auf Wunsch werden geeignete Lösungswege aufgezeigt.

#### Programm:

- Kommunikationsregeln und Gesprächsverhalten
- Wie wirke ich auf andere (Meine Stärken, meine Schwächen)
- Wie sehen mich Menschen, denen ich zum ersten Mal begegne ?
- Der erste Eindruck (Chance und Gefahr)
- Beziehungsbrücken zum Kunden „aufbauen.“ Worte, mit denen man andere gewinnt!
- Was verrät meine Körperhaltung („Körpersprache“)
- Die Bedeutung von Höflichkeit und Zuvorkommenheit im Gespräch
- Einfache und treffende Ausdrucksweise
- Grundlegendes zur Kommunikation
- Aufmerksames Zuhören will gelernt sein
- Schwierige Gesprächssituationen besser meistern
- Verhaltenstraining für das Kontaktgespräch (Auftreten, Erscheinungsbild, Körpersprache, Wortwahl)

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

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

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- LUF\*, Arbeitsunterlagen und Pausengetränke inklusive

\*Diese Weiterbildungsmaßnahme wird unterstützt durch den Europäischen Sozialfonds

**Datum:** Montag, den 1. und Dienstag, den 2. Februar 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr; Montag, den 8. und Dienstag, den 9. November 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## TIME MANAGEMENT

Ziel des Seminars ist es, die Teilnehmer mit den Erfordernissen einer optimalen Zeiteinteilung und mit einem effektiven Zeitmanagement bekanntzumachen. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, durch systematische Planung und Organisation von Routi-

nearbeiten und „uUnvorhersehbarem“ Dauerstreßab-zubauen und Arbeitsaufgaben in kürzerer Zeit zu bewältigen.

#### Methodik:

Vortrag und Diskussion, Analyse praktischer Fälle, Gruppen- und Einzelarbeit

#### Programm:

1. Moderne Arbeitstechniken
  - Ursachen und Leitbilder
  - Zunehmende Anforderungen unserer Zeit
  - Täglich zwei Stunden Arbeit bei gleicher Leistung einsparen
2. Grundlagen rationeller Arbeitstechnik
  - Kreislauf des Selbstmanagements
  - Zielsetzung
  - Organisation
  - Planung
  - Umsetzung und Kontrolle
  - Störungsarme und störungsfreie Arbeitszeiten
  - Funktion der Pause
  - Früh- und Spätrhythmiker
  - Serienproduktion
  - Greifgewohnheiten und ihre Auswirkungen
  - Feste „Produktionszeiten“ am Schreibtisch?
  - Unerledigtes sichtbar machen
  - Telefonpause
  - Positive Abwehrtechnik bei internen und externen Besucher
  - Hilfen und ihr Einsatz
3. Die Planung des Arbeitstages
  - Die MENÜ-Methode und das Problem der Zeitschätzung
  - Das Wochenprogramm
  - Das Monatsprogramm
4. Sonderprobleme und deren Lösung
  - Schnellere und bessere Abwicklung der Korrespondenz
  - Rationeller telefonieren - aber wie?
  - Kürzere, effizientere Besprechungen
5. Konsequenzen für den Arbeitsalltag
 

Vorbereitung: Die Teilnehmer werden gebeten, Erfahrungen aus dem eigenen Alltag zur Diskussion zu stellen. Anhand von umfangreichem Arbeitsmaterial haben die Teilnehmer die Möglichkeit, die Grundsätze rationeller Arbeitstechnik für die eigene Arbeit zu überprüfen.

**Referent:** Dr. Karlfried Hans, Personalschulung, Personalberatung, Organisationsberatung

**Teilnehmerkreis:** offen

**Teilnahmegebühr:** 3.000.-LUF\*, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

\*Diese Weiterbildungsmaßnahme wird unterstützt durch den Europäischen Sozialfonds

**Datum:** Donnerstag, den 4. und Freitag, den 5. Februar 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## LA VENTE EN MAGASIN

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

#### Programme :

- Comment aborder ou approcher correctement le client?
- Le premier contact avec le client est très souvent décisif
- Comment traiter les objections?

## 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

- Chaque participant s'entraînera à réagir positivement aux objections (qu'il rencontre régulièrement)
- Comment résoudre les difficultés rencontrées régulièrement dans la vente?

#### Cas types:

- Le produit désiré n'est plus en stock et le vendeur veut en conseiller un autre
- Le client hésite et le vendeur ne sait plus que faire
- Le client dit qu'il va réfléchir et s'apprête à partir
- Le vendeur se trouve face à plusieurs clients pressés
- Autres cas exposés par les participants
- Comment conclure rapidement sans brusquer le client?
- La conclusion et l'après-conclusion sont des phases essentielles en vue de fidéliser le client
- Le client gardera le souvenir que vous lui laissez

**Conférencier:** Frederic SCOUAN, consultant et formateur spécialisé en communication et négociation

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

**Droit d'inscription:** 7.000.- LUF, documentation et rafraîchissements inclus

**Dates:** lundi 08 et mardi 09 février 1999 de 08.30 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## PREVENTION DU STRESS EN ENTREPRISE

#### Objectifs:

- Apprendre les techniques utilisées chez les sportifs de haut niveau afin de se préparer à des tensions intenses et de prévenir au maximum les excès de «stress» inévitables dans une entreprise moderne
- A l'issue de ce stage les participants auront une meilleure vue d'ensemble sur les techniques de relaxation dynamiques utilisables dans l'entreprise

#### Programme:

- L'importance de notre biorythme, cycle de 24 heures: sommeil, travail, activités diverses
- Les tensions musculaires
- Conseils nutritionnels: ce qui est absolument nécessaire à notre organisme
- Quelques idées simples sur la notion de stress
- Notions élémentaires sur la relaxation, afin d'en comprendre la pratique
- Apprentissage d'exercices et de décompression au travail
- Apprentissage des techniques de relaxation dynamiques praticables dans l'entreprise et chez soi
- Conseils d'hygiène de vie et de pratiques sportives

**Conférencier:** Max BRESLER, kinésithérapeute D.E. et formateur en entreprise

**Public:** ouvert

**Droit d'inscription:** 7.000.-LUF, documentation et rafraîchissements compris

**Dates:** mercredi 10 et jeudi 11 février 1999 de 8.30 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures.

## AGIR SUR LA STRUCTURE ET LA DYNAMIQUE DE L'ENTREPRISE

Pour répondre aux enjeux de demain Flexibilité - Adaptation - Aptitude au changement - Internationalisation tels sont les thèmes qui sont évoqués pour caractériser l'entreprise d'aujourd'hui et encore plus de demain.

Quels sont les modèles qui peuvent nous inspirer, quels sont ceux qui peuvent cohabiter au mieux des intérêts économiques de l'entreprise? Comment pouvons-nous appliquer ce qui, souvent, nous apparaît comme étant des théories managériales difficilement adaptables à notre réalité quotidienne?

#### Programme :

- Administrer l'entreprise
- Enoncer les procédures
- Faire appliquer les règles
- Etablir des programmes
- Elargir et enrichir le travail
- Activer les leviers de la motivation pour permettre les changements
- Connaître nos dynamiques organisationnelles
- Faire évoluer en fonction de nos besoins économiques et sociaux
- Comprendre la vision managériale de nos interlocuteurs internationaux et savoir nous y adapter
- Appliquer des méthodes de résolution de problèmes

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

**Public:** Dirigeants d'entreprise, cadres supérieurs, gestionnaires des ressources humaines, analystes du travail

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

\* Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

**Dates:** jeudi 25 et vendredi 26 février 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

## DROIT DU TRAVAIL

Le législateur et surtout la jurisprudence amènent sans cesse de nouvelles nuances juridiques en matière de droit du travail.

L'objet de ce séminaire sera donc de renseigner les participants sur les aspects du droit du travail qui, directement liés à la gestion du personnel, ont une incidence certaine sur l'équilibre financier et social d'une entreprise.

**Programme:**

- Généralités  
Délimitation du droit du travail  
La notion de «salarié»  
Accès au marché de l'emploi
- La relation de travail  
Contrat individuel et conventions collectives  
Formation du contrat individuel  
La période d'essai
- La résiliation du contrat de travail (1)  
Les mesures disciplinaires  
Les différents modes de résiliation  
L'entretien préalable
- La résiliation du contrat de travail (2)  
La résiliation unilatérale avec préavis  
La résiliation unilatérale avec effet immédiat  
Les recours judiciaires
- La réglementation du travail  
L'incapacité de travail  
La durée du travail  
La rémunération du travail
- Droit collectif du travail  
La représentation des salariés  
Les conventions collectives  
Les conflits collectifs

**Conférencier:** Paul MOUSEL, avocat-avoué

**Public:** ouvert

**Droit d'inscription:**

4.000.- LUF

**Dates:** mardi 26, jeudi 28 janvier 1999 et mardi 2, jeudi 4, mardi 9, jeudi 11 février 1999 de 19.00 à 21.00 heures

## RHETORIK - FREI UND ÜBERZEUGEND SPRECHEN

Wenn wir gut und überzeugend sprechen und reden, haben wir es leichter, sowohl im privaten als auch im beruflichen Leben. Wir können mehr Aufmerksamkeit erzielen, unsere Interessen besser artikulieren und durchsetzen und somit letztlich angesehener und erfolgreicher sein. Daher empfiehlt es sich, die rhetorischen Fähigkeiten, die wir alle haben, zu erkennen und bewußt zu trainieren. Denn heute wissen wir ganz sicher: Rhetorik ist erlernbar. Nutzen Sie die Hilfestellung, die dieses Seminar Ihnen gibt.

**Seminarziele:**

- Abbau von Sprech- und Redehemmungen
- größere Redegewandtheit
- selbstsicheres Auftreten

**Programm:**

- Wie verbessere ich meinen Sprechstil?
- Verständlich, lebendig und fesselnd sprechen
- Wie verbessere ich meine Sprechtechnik?
- Stimmtechnik, Atemtechnik

- Was muß ich beachten bei Gestik und Mimik?
- Die überzeugende Körpersprache
- Wie gestalte ich den Aufbau einer Rede?
- Wie formuliere ich psychologisch geschickt?
- Wie überwinde ich Redeangst und Lampenfieber?
- Wie verhalte ich mich, wenn ich stecken bleibe?
- Wie verhalte ich mich bei Zwischenrufen, Ablenkungen und Störmanövern?

**Seminarmethode:** zahlreiche Übungen und Einsatz der Video-Technik

**Referent:** Professor Dr. Gustav VOGT, Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (HTW), Saarbrücken

**Teilnehmerkreis:** offen

**Teilnahmegebühr:** 3.000.- LUF\*, inklusive Arbeitsunterlagen und Pausengetränke

\*Diese Weiterbildungsmaßnahme wird unterstützt durch den Europäischen Sozialfonds

**Datum:** Montag, den 1. und Dienstag, den 2. März 1999 von 8.30 bis 12.30 Uhr und von 14.00 bis 17.30 Uhr

## DEVELOPPER SES APTITUDES AU DIALOGUE DE RECOUVREMENT DE CREANCE

L'heure est à l'analyse rigoureuse des variables qui ont un impact direct et immédiat sur la santé financière des entreprises. Le recouvrement de créance, affaire de relation commerciale, de suivi de dossier et surtout de psychologie relationnelle. Contacter l'interlocuteur qu'il faut, savoir lui tenir le langage qui doit servir vos intérêts, créer la relation qui va permettre la gestion de votre dossier par priorité. Avant d'agir en employé(e) ou cadre administratif, en comptable ou juriste, il faut savoir gérer la communication avec ses débiteurs.

Employé(e) au service client, responsable commercial(e), direction financière ou direction générale, tout le monde est concerné par le paiement rapide de ses créances. Comment renforcer le contrôle de crédit de votre entreprise? Comment être payé plus rapidement en assurant la qualité du contact avec sa clientèle, tel est le propos auquel nous vous invitons?

**Programme:**

- Introduction et présentation
- La détermination des objectifs.
- La constitution et la gestion des dossiers
- Parler pour être entendu.
- Communiquer pour obtenir.
- Le recouvrement de créance, un travail collectif
- Gérer ses tensions et celles des autres.
- Rester maître du dialogue.
- Anticiper le conflit et savoir l'éviter
- Se fixer un plan d'action.
- Souscrire un engagement d'atteinte de ses objectifs



# LUX INFO CONSEILS

La fiduciaire FISOGEST SA & la société R.M.S. ont le plaisir de vous inviter à

**Diekirch le vendredi 11 décembre 1998**

à leur séminaire sur

**«L'Euro, l'An 2000: les solutions»**

## Programme

**Excellent**

Session 1	Session 2	
14h00	et 19h00	<b>Accueil des participants</b>
14h15	et 19h15	<b>Mot de bienvenue</b> Par Melle Sophie Blancke de Lux Info Conseils
14h25	et 19h25	<b>CUBIC: «Passage à l'Euro et à l'An 2000»</b> Par M. Pierre Degand de la société CUBIC
14h45	et 19h45	<b>FISOGEST SA: «La fiduciaire et CUBIC»</b> Par M. Jean Zeimet, réviseur d'entreprises et expert comptable
15h00	et 20h00	<b>R.M.S.: «Le matériel pour Point de Vente»</b> Par M. Carlo Posing de chez R.M.S.
15h15	et 20h15	<b>Démonstration du programme de comptabilité et de gestion CUBIC sous Windows: Excellent</b> Par M. Pierre Degand de chez CUBIC
15h45	et 20h45	<b>Rencontre avec les différents animateurs de la journée</b>

**Adresse: LUX INFO CONSEILS · Rue de Stavelot 25 · L-9280 Diekirch**

**Tél.: 804 486 1 · Fax: 804 486 800 · E-mail: lic@pt.lu**

**Canon**

**COMPAQ**



**EPSON®**



**IBM**

**Microsoft**



**Packard Bell.**

**TOSHIBA**

### Formulaire d'inscription à faxer au 804 486 800

Nom de l'entreprise : .....

Participants : .....

Session 1: 14h00

Session 2: 19h00

Session 1: 14h00

Session 2: 19h00

Adresse : .....

Localité : .....

Téléphone : ..... Fax: .....



**Veillez nous prévenir de votre inscription avant le 10 décembre 1998**

# APPEL AUX INNOVATEURS

Promotion 1999

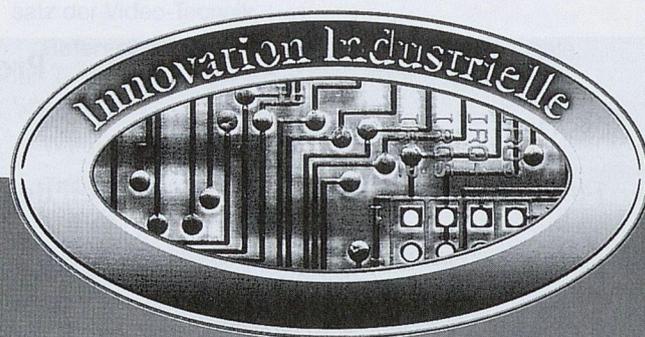
## PRIX DE L'INNOVATION INDUSTRIELLE

Dans le but d'encourager la créativité et l'innovation dans les entreprises, les écoles et auprès du grand public, la Fédération des Industriels Luxembourgeois (FEDIL) a créé en 1982 le «PRIX DE L'INNOVATION INDUSTRIELLE».

Le PRIX DE L'INNOVATION INDUSTRIELLE s'adresse à toute personne ou tout groupe de personnes domiciliée(s) ou travaillant au Luxembourg ainsi qu'aux Luxembourgeois travaillant ou étudiant à l'étranger. Il est destiné à récompenser les innovateurs au service des entreprises, les innovateurs indépendants ainsi que les jeunes chercheurs. Ces derniers doivent introduire leurs projets par l'intermédiaire de l'Association Jeunes Scientifiques Luxembourgeois.

Les critères retenus pour attribuer le PRIX DE L'INNOVATION INDUSTRIELLE sont doubles: les travaux présentés doivent se distinguer par leur caractère innovateur et original et doivent présenter un intérêt économique pour l'industrie luxembourgeoise. Dans le but d'encourager les jeunes, un Prix de Créativité pour Jeunes Chercheurs répondant à des critères de sélection moins sévères peut être attribué.

Ce prix est décerné en principe tous les deux ans. Il comporte la remise d'un diplôme ainsi qu'une récompense en numéraire.



Les candidats à la Promotion 1999 sont priés de demander un formulaire de candidature et de retourner ce dernier accompagné d'une description succincte, au plus tard pour le 15 janvier 1999 auprès du secrétariat de la Fédération des Industriels Luxembourgeois, B.P. 1304, L-1013 LUXEMBOURG. Le règlement du PRIX DE L'INNOVATION INDUSTRIELLE ainsi que tout autre renseignement peuvent être demandés au secrétariat de la FEDIL, tél.: 43 53 66-1.



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

**Public:** Responsables commerciaux, responsables comptables

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

\* Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

**Dates:** jeudi 4 et vendredi 5 mars 1999 de 8.30 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## 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?

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

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

**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; Montag, den 25. und Dienstag, den 26. Oktober 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, Weilerswist

**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 NEGOCIATION

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 la 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 satisfaisante pour tous



**inlingua**<sup>®</sup>

LE NUMÉRO 1  
DE LA FORMATION LANGUES  
EN EUROPE VOUS PROPOSE

### STAGES ACCÉLÉRÉS

**Horaire: 8.45-12.00 ou 18.00-21.00**

du 11/1 au 22/1/99  
du 22/2 au 5/3/99

### STAGES SEMI-INTENSIFS

**Cours en soirée ou le samedi-matin**

du 25/1 au 3/4/99

### TOUTES LANGUES TOUS NIVEAUX

**Cours en petits groupes performants  
de 3 à 8 participants**

- Remise à niveau
- Conversation
- Communication, perfectionnement
- Séminaires langage professionnel
- Cours individuels «à la carte»
- Soutien scolaire

Merci de nous appeler au  
(00352) 403 547 / 48 66 67  
Fax: (00352) 403 548

E-Mail: [inlingualux@hermesnet.com](mailto:inlingualux@hermesnet.com)  
Internet: [www.inlingua.com](http://www.inlingua.com)

Horaire bureau: 8 - 19.30 heures  
et samedi 8 - 12 heures

Les langues en  
version professionnelle



72, rue du Cimetière  
L-1338 Luxembourg

- 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 appelées à en exercer

Toute personne ayant à travailler en relation étroite avec d'autres collègues

**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

## METHODE DE GESTION DE PROJETS

Continuellement tirillée entre le budget, les ressources humaines (in)disponibles, le temps, les techniques et technologies ... et le client, la personne responsable d'un projet déterminé se doit de disposer de multiples qualités tout en ayant un pouvoir formel souvent limité. Ce séminaire veut familiariser chaque participant avec les principes et outils qui feront de lui un «Project Manager» digne de ce nom dans le monde économique actuel.

### Objectifs:

- Appréhender la diversité des paramètres qui interviennent dans la gestion d'un projet
- Apprendre à évaluer l'utilité ou la faisabilité d'une approche par projets
- Utiliser les outils propres au «project manager»
- Evaluer l'utilité de l'outil informatique
- Etre capable de mener à terme une gestion de projet, étape par étape

### Programme:

- Définir les composantes du projet
- Définition, caractéristiques, objectifs du projet et le cycle de vie du projet
- Rôle, responsabilité et qualités du project manager
- Déterminer et exprimer la mission et les résultats à réaliser
- Facteurs de succès ou d'échec
- Planification du projet

- Identification des responsabilités
- Description des tâches
- Découper en phases: «Work Breakdown Structure»
- Planning des activités, des moyens et des étapes, le planning financier
- Les techniques de planning: le graphique de Gantt, les Network diagrams
- Estimer les délais et les budgets
- Evaluer les risques
- Assurer la pérennité du projet: vérification des critères de qualification: méthode «V.C.Q.»
- Gestion, suivi et contrôle du projet
- La feuille de route: outils de suivi, minimum de rapports requis
- Exprimer les résultats obtenus et gérer les écarts
- Les réunions d'avancement et les rapports d'activité
- Terminer le projet: évaluer et rapporter
- Aspects psychologiques

**Méthode:** Approche interactive: les exercices pratiques fréquents (individuels et en petits groupes), basés sur des situations vécues, l'emportent sur les exposés théoriques qu'ils complètent. Les techniques et aptitudes enseignées sont expliquées à l'aide d'un modèle et exercées à l'aide de jeux de rôle.

**Conférencier:** Georges GEURY, ingénieur civil de l'UCL et licencié en management de l'Institut Saint-Louis de Bruxelles, Consultant formateur

**Public:** Dirigeants d'entreprise, cadres, chefs de projet

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

**Dates:** lundi 15 et mardi 16 mars 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

## INTERNET - LA PORTE D'ENTREE VERS DE NOUVEAUX MARCHES

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

### Programme :

- Introduction
- Historique sommaire
- Présentation d'Internet et de ses services
- E-mail, le courrier électronique

- World-Wide-Web, la toile d'araignée mondiale
- FTP, le protocole de transfert de fichiers
- Telnet, l'usage d'ordinateurs à distance
- Newsgroups, les forums de discussion thématiques
- IRC, les services de messageries en temps réel
- Les technologies de demain
- Comment accéder à Internet
- Le matériel requis
- Comment choisir un fournisseur d'accès à Internet?
- Le calcul des coûts réels
- L'entreprise d'aujourd'hui et Internet
- Les opportunités et les risques
- La source d'information inépuisable
- Le moyen de communication rapide et bon marché
- Le marketing et le commerce par Internet
- Développer une présence sur Internet
- La nouvelle philosophie d'information
- Analyse de cas à succès et d'échec
- Les éléments d'une présence sur Internet
- Cours de HTML - notions de base
- Ma première page Internet avec facilité
- Les outils de développement modernes en mode WYSIWYG
- L'optimisation des graphismes et photos

**Conférencier:** Samuel DICKES, Consultant en technologies d'information

**Public:** Dirigeants de P.M.E., responsables marketing et communication, responsables informatiques et cadres

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

\*Action formatrice cofinancée par le Fonds Social Européen

**Dates:** mardi 16, jeudi 18, mardi 23 et jeudi 25 mars 1999 de 18.30 à 21.00 heures; mardi 19, jeudi 21, mardi 26 et jeudi 28 octobre 1999 de 18.30 à 21.00 heures

## L'ACCUEIL A LA RECEPTION

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 mul-

tiples «détails», son improvisation peut conduire à des erreurs aux répercussions négatives pour l'entreprise

- L'art d'une bonne communication  
Être à l'écoute des autres, sourire et être disponible sont importants dans l'accueil.  
Communication verbale et non verbale
- Le visiteur ne peut être reçu immédiatement  
Attentes de courtes ou de longues durées.  
Comment faire patienter le visiteur?
- Le filtrage des visiteurs  
Une attitude sympathique fait passer plus aisément aux yeux du visiteur le filtrage opéré
- Le visiteur mécontent  
Comment réagir efficacement?
- La prise de congé  
Comme la prise de contact, c'est aussi la dernière impression que le visiteur emporte de votre entreprise?

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

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

**Droit d'inscription:** 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; jeudi 28 et vendredi 29 octobre 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, Hürth bei Köln.

**Teilnehmerkreis:** Berufseinsteiger(innen), Jungverkäufer(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

## FORMATION AU MANAGEMENT STRATEGIQUE D'UNE FORCE DE VENTE

Quelle est la place de la vente dans la stratégie de l'entreprise? Marketing et vente sont des éléments inséparables de la gestion des entreprises qui ont comme objectif premier et ultime d'être les interfaces privilégiées avec le client. Ce séminaire vise à analyser le rôle stratégique de la gestion commerciale, moteur de l'entreprise car à l'écoute du marché.

### Objectifs:

- Apprendre comment intégrer la dynamique d'une force de vente dans la culture de l'entreprise
- Découvrir les synergies entre la fonction vente, le marketing et les autres fonctions du management
- Définir les caractéristiques qu'une force de vente doit avoir pour remplir les besoins stratégiques de l'entreprise
- Déterminer le meilleur soutien logistique et marketing à fournir à une force de vente
- Apprendre à gérer une force de vente au sein d'une organisation afin d'en améliorer la productivité et la rentabilité
- Être capable de réaliser un plan de formation pour une force de vente

### Programme:

- Stratégie d'entreprise, stratégie marketing et gestion d'une force de vente.
- Quelle force de vente pour quelle entreprise ?
- Combien de vendeurs faut-il?
- Gérer une force de vente
- Soutenir une force de vente
- Qui peut diriger une force de vente ?

**Conférencier:** Robert MARNETTE, Consultant et formateur

**Public:**

- Directeurs généraux de PME.
- Directeurs marketing et vente à la recherche de nouveaux outils de formation du personnel de vente.
- Les chefs de produits appelés à gérer et développer une force de vente.
- Tous ceux qui coordonnent, contrôlent et évaluent les résultats stratégiques des entreprises.

**Droit d'inscription:** 7.000.-LUF, documentation et rafraîchissements inclus

**Dates:** jeudi 25 et vendredi 26 mars 1999 de 8.30 à 12.30 heures et de 14.00 à 17.30 heures

## LA QUALITE TOTALE AU SERVICE DES PME ET PMI

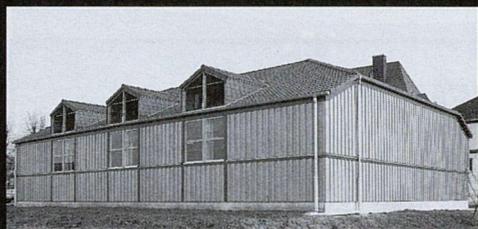
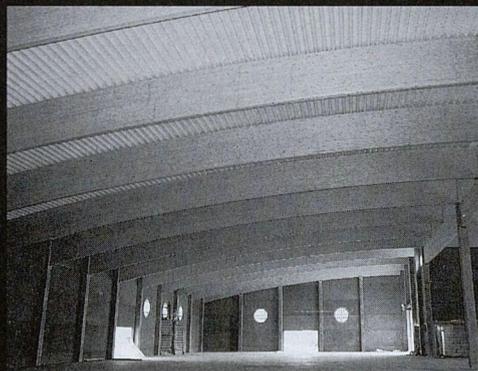
Tout responsable doit être capable de stimuler la qualité au sein de son entreprise, de la réaliser, de la diriger et de l'accompagner. La qualité totale implique la participation de tous à un groupe de travail en vue d'améliorer les problèmes rencontrés dans leurs activités de tous les jours. La recherche 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
- Présenter et préciser les attentes des participants
- Évolution du concept de «qualité»: système OST (Taylor), relations humaines (Mayo), gestion de la qualité totale
- Etudier les coûts de non-qualité et mesurer leurs implications sur vos clients internes et externes, votre entreprise et vos propres tâches
- L'approche de la qualité totale

**Steffen Hallen- und Gewerbebau**

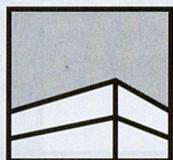
Potaschberg · rue Flaxweiler · L-6776 Grevenmacher

Tel. 0 03 52/71 97 24 · Fax 0 03 52/71 97 98

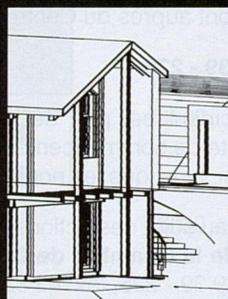
## Holzkonstruktionen

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

**steffen**



H ALLEN - U N D  
G EWERBEBAU



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.**

Zink & Kraemer, Trier

**Merkur 10 • 1998**

- Principes, fonctionnement et composition d'un cercle de qualité:
- le rôle des participants et de l'animateur, la communication au sein du groupe, l'importance du compte rendu de la réunion et du rapport final,...
- Pouvoir de proposition et pouvoir de décision, délégation, autonomie, confiance et autocontrôle
- Relations clients-fournisseurs internes et externes: la philosophie du «zéro-défaut»
- Outils de la solution de problèmes: acquisition des données, diagramme causes/effets Ishikawa, «Brainstorming», matrice de la compatibilité, Loi de Pareto 20/80, vote pondéré, arbre de pertinence, résultante des éléments moteurs et inhibiteurs
- Mise en oeuvre de la qualité totale dans votre entreprise
- Choix des indicateurs, paramètres, graphiques, histogrammes pour l'analyse des écarts
- Tenir un cahier de bord, puis mettre en valeur les résultats afin de standardiser et de généraliser
- Réflexion individuelle et collective sur les thèmes possibles à traiter à court, moyen et long terme
- Mise en place d'une stratégie d'action personnelle avec implication d'un accompagnateur dans le suivi de la démarche
- Détection des possibilités d'échec et de conception des critères de réussite

**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 personnel de maîtrise chargés d'instruire, d'encadrer et de superviser des collaborateurs

**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<sup>er</sup> avril 1999 de 8.30 à 12.30 et de 14.00 à 17.30 heures

## INSCRIPTIONS ET PAIEMENTS

Les inscriptions à tous les séminaires se font auprès du Centre de Formation de la Chambre de Commerce:

**par fax: 43 83 26 • par téléphone: 42 39 39 - 225**

Parallèlement à son inscription, le participant est prié de virer le droit d'inscription au CCP 55983-14 de la Chambre de Commerce, avant la date de commencement du séminaire. Il importe de faire mentionner sur le virement l'intitulé du séminaire choisi, ainsi que les nom et prénom du participant concerné.

Pour tout renseignement complémentaire au sujet des actions formatrices présentées ci-dessous, veuillez vous adresser au **Centre de Formation de la Chambre de Commerce**: 7, rue Alcide de Gasperi • L-1615 Luxembourg-Kirchberg • **téléphone:** 42 39 39 - 225, fax: 43 83 26.

## Nouveau 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, délégués 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.

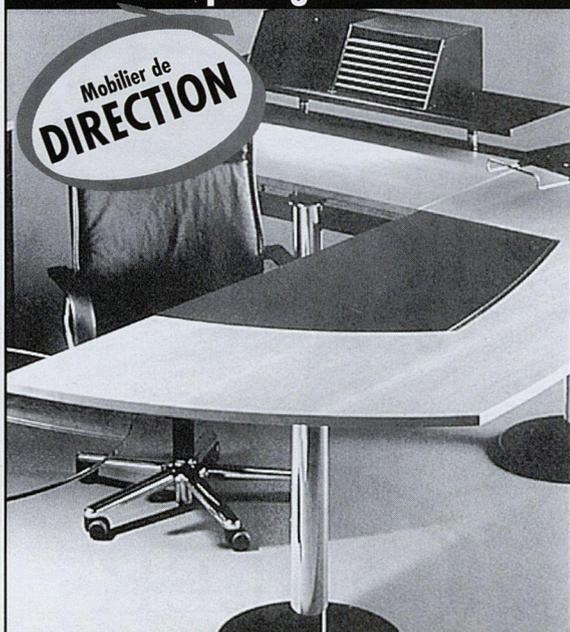
Ces séminaires sont essentiellement orientés vers la pratique. Il y aura notamment des exposés-débats étayés d'exemples concrets, des discussions. Les intervenants répondront aux questions soulevées par l'auditoire. Les séminaires auront lieu en langues luxembourgeoises, allemande ou française, en fonction 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.

## Base solide pour grandes décisions



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

## Séminaire 2: L'isolation thermique des immeubles

### Jeudi 14 janvier 1999

- 8h30 L'architecture (F)  
La construction en vue de l'utilisation rationnelle de l'énergie  
Claude Schmitz, architecte
- 9h30 La législation (F)  
Marco Hoffmann, Ministère de l'Energie
- 10h45 Le calcul du coefficient de transmission thermique (F)  
André Lavandier, ingénieur- conseil,  
Goblet-Lavandier
- 11h15 L'établissement du calcul relatif aux normes d'isolation (F)  
André Lavandier, ingénieur- conseil,  
Goblet-Lavandier
- 12h00 Interruption
- 14h00 Les matériaux (F)  
Les matériaux de construction et d'isolation  
Claude Schmitz, architecte
- 15h30 La protection contre l'humidité (F)  
Raymond Scholtes, ingénieur-conseil,  
Schroeder & Associés
- 17h30 Fin du séminaire

### Séminaire 3: Les émissions et les immissions I

**Jeudi 4 février 1999**

- 8h30 Insonorisation (L)  
Définition, terminologie, sources de bruit dans l'entreprise  
Alex Schalbar, Luxcontrol
- 9h00 Niveau sonore (L), moyens de mesurage, moyens de protection acoustique  
Alex Schalbar, Luxcontrol
- 10h00 Propagation du son (L), terminologie, effet sur l'homme et l'immeuble, moyens de prévention  
Alex Schalbar, Luxcontrol
- 11h00 La législation relative au bruit (L)  
Objectifs, règlements d'exécution, impact sur l'artisanat  
Carlo Hippe, Adm. de l'Environnement
- 11h45 Interruption
- 13h30 Protection des travailleurs contre les émissions des agents physiques, chimiques et biologiques (L);  
Marc Kremer, Insp. du trav. et des mines
- 15h00 L'ambiance de l'environnement (L)  
Dr. Joseph Wampach, Ministère de la Santé
- 16h00 La toxicologie des produits (D)  
Dangers, pictogrammes, feuilles de sécurité  
Christian Simon, Prosolut
- 17h00 Les valeurs limites (D), terminologie (MAK, BAK, TRK, . . .) Superdrecksbüchse  
Andrea Kabus
- 18h00 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 et 35.000 LUF pour le cycle complet de 8 séminaires 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, 4 mars 1999  
**Les émissions et les immissions II**
- Jeudi, 22 avril 1999  
**La gestion des déchets I**
- Jeudi, 6 mai 1999  
**La gestion des déchets II**
- Jeudi, 3 juin 1999  
**La gestion de l'eau**
- Jeudi, 1er juillet 1999  
**Le management écologique**

## Nouvelle législation en matière de déchets

### Emballages et déchets d'emballages

Les déchets d'emballages constituent une partie importante des déchets. Pour promouvoir la prévention et augmenter les taux de recyclage des emballages, le Parlement européen a voté en 1994 une directive qui impose à chaque Etat membre d'atteindre certains taux de valorisation et de recyclage des emballages.

Récemment, le règlement grand-ducal du 31 octobre 1998 relatif aux emballages et aux déchets d'emballages a été publié au Mémorial et transpose ainsi en droit national la directive 94/62/CE relative aux emballages et déchets d'emballages. Ce règlement, qui entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1999, prévoit qu'au plus tard pour le 30 juin 2001, 55% en poids des déchets d'emballages seront valorisés au Luxembourg. Dans le cadre de cet objectif global, 45% en poids de l'ensemble des matériaux d'emballages doivent être recyclés matériellement, avec un minimum de 15% en poids pour chaque matériau d'emballage.

Einrichtungen ohne Grenzen

# REGLER

BÜROBEDARF · BÜROMOBEL · BÜROTECHNIK · BUCHHANDEL

**Büro-Centrum**

66663 Merzig, Hausbacher Straße  
Telefon (0049 6861) 920-0 · Telefax (0049 6861) 920-920  
Beratung, Verkauf, Anlieferung und Service in Saar-Lor-Lux-Trier-Westpfalz

Alles für das kaufmännische und technische Büro

Le règlement s'applique à tous les emballages qui sont mis sur le marché luxembourgeois et à tous les déchets d'emballages, qu'ils soient utilisés ou mis au rebut par les industries, les commerces, les bureaux, les ateliers, les services, les ménages ou à tout autre niveau. La définition d'emballage donnée par le règlement est très large. Elle englobe non seulement tous les emballages de vente et les emballages de groupage, mais également les emballages de transport, à l'exclusion des conteneurs de transport routier, ferroviaire, maritime et aérien.

Les emballages de transport comprennent par exemple des fûts, des cartonnages, mais également des palettes de transport ou des films plastiques qui servent à agréger les produits sur une palette. Les emballages de groupage sont par exemple des films plastiques ou des cartons qui servent à vendre ensemble un certain nombre de produits emballés individuellement. Il peut également s'agir d'emballages qui servent de présentoir au point de vente. Les emballages de vente finalement sont les emballages unitaires pour le consommateur final tel que des pots de yaourt, des bouteilles de limonade ou encore les récipients qui contiennent un produit de nettoyage.

Les emballages consignés, tels que les bouteilles en verre réutilisables, ne sont pas soumis aux dispositions du règlement.

Toute personne qui a emballé ou fait emballer au Luxembourg des produits en vue ou lors de la mise sur le marché luxembourgeois deviendra «responsable d'emballages». Pour les produits importés, le «responsable d'emballages» sera la personne qui est importateur des produits emballés qui ne les consomme pas lui-même. Il va sans dire que de nombreuses entreprises seront concernées par cette réglementation.

Les responsables d'emballages sont soumis à l'obligation de reprise, c'est-à-dire ils doivent atteindre les taux de récupération mentionnés ci-dessus. Le règlement laisse le choix au responsable d'emballages de remplir lui-même cette obligation ou de charger un organisme agréé de l'exécution

de cette obligation. Il est clair qu'une société qui vend des produits consommés par les ménages ne pourra guère remplir elle-même cette obligation, puisque les emballages seront collectés dans le flux des déchets ménagers. Un organisme agréé qui se charge de l'organisation de la collecte sélective des emballages auprès des ménages pourra alors assurer d'atteindre les taux de recyclage pour l'ensemble de ses membres.

Au cas où une entreprise décide de faire un contrat avec un organisme agréé, il devra lui verser une cotisation, qui sera calculée par matériau d'emballage au prorata des coûts de récupération imputables à chaque fraction de matériaux en vue de financer notamment les coûts de collecte, de tri, de recyclage et de valorisation des déchets d'emballages collectés.

Au cas où l'entreprise décide de ne pas recourir aux services d'un organisme agréé, il doit faire savoir à la Division des déchets de l'Administration de l'environnement comment il satisfait à son obligation de reprise.

Le contrôle du respect des taux de valorisation et de recyclage doit être effectué chaque année par un réviseur d'entreprise agréé. Sur base des rapports fournis par le responsable d'emballage et le ou les organismes agréés ou le cas échéant les entreprises qui assurent le ramassage, le transport, la valorisation ou l'élimination de déchets, il contrôle le respect de ces taux. Les honoraires du contrôle par le réviseur d'entreprise sont à charge des responsables d'emballages.

Le règlement définit également certaines exigences en ce qui concerne la composition des emballages. Ainsi des taux maximaux en métaux lourds ont été fixés. Ces taux vont diminuer au cours des prochaines années.

Pour réaliser les objectifs de prévention et de réutilisation d'emballages, le ministre de l'Environnement peut conclure des accords volontaires avec l'organisme agréé ou avec les responsables d'emballages. Ces accords volontaires pourraient déterminer

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



**veuillez bien  
nous en informer!**

## **CHAMBRE DE COMMERCE**

**L-2981 Luxembourg**

**M. Francis Schütz**

**Tél.: 42 39 39-252**

**Fax: 43 83 26**

les conditions et modalités de promotion de la production et de la mise sur le marché d'emballages réutilisables. Les accords volontaires peuvent entre autres viser les emballages pour liquides alimentaires réutilisables.

Actuellement, le recyclage du verre et du papier atteint au Luxembourg déjà les taux de récupération imposés par la Communauté européenne. Pour les autres matériaux d'emballages, tels que les plastiques, les métaux ou les bois, les taux sont cependant loin d'être atteints.

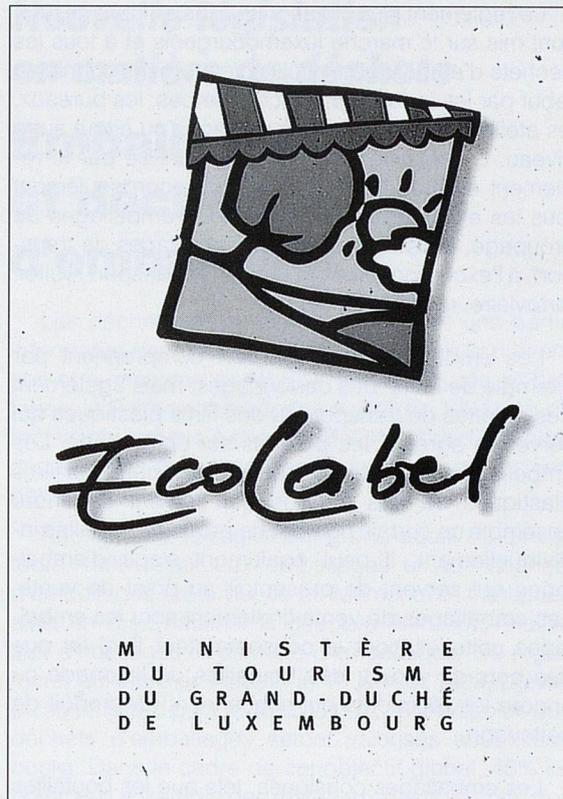
En vue de la transposition de la directive, l'association Valorlux a été fondée en 1995 afin d'engager les premiers efforts de récupération des déchets d'emballages ménagers. A ce jour, des collectes sélectives d'emballages en plastique, métaux et cartons à boisson (Tetrapak) ont été organisées dans 34 communes. Valorlux va poser prochainement sa demande auprès du Ministère de l'environnement afin d'obtenir le statut organisme agréé pour les déchets d'emballages d'origine ménagère au Luxembourg. L'association pourra ainsi remplir l'obligation de reprise pour les entreprises soumises au nouveau règlement grand-ducal concernant les emballages et les déchets d'emballages.

## Tourismus

# Neues EcoLabel für Luxemburger Betriebe vorgestellt

Das 1997 vom Tourismusministerium in Auftrag gegebene Projekt zur Einführung eines Oeko-Labels für Luxemburger Tourismusbetriebe wurde einem breitem Fachpublikum auf der Expogast98 vorgestellt. Anfang November fiel der offizielle Startschuß für das Projekt. Ab sofort können sich am Label interessierte Hotels, Campings und Landtourismuseinrichtungen für das Vergabeverfahren anmelden.

Das Tourismusministerium hat die Erstellung des Konzeptes in Auftrag gegeben und ist mit dem Office National du Tourisme (ONT) Inhaber der geschützten Marke „EcoLabel“. Neben der Auszeichnung mit einem Label ist im Projekt ein breites Weiterbildungs- und Beratungsangebot für sämtliche Beherbergungsbetriebe im Großherzogtum Luxemburg vorgesehen. Dieser Teil des Projekts wird vom Umweltministerium unterstützt. In der Folge eines „accord-volonté“ zum Energiesparen zwischen der Horesca und dem Energieministerium können sich Betriebe, die im Bereich Energie Kosten sparen und zugleich die Umwelt schonen wollen, von einem Beratungsbüro ein Energiekonzept erstellen lassen. Der Betrieb selbst zahlt dabei lediglich ein Viertel der Gesamtkosten. 75% der Kosten trägt das Energieministerium.



Dieses vom Umweltministerium und dem Energieministerium finanzierte Angebot richtet sich somit nicht nur an Betriebe, die am Label interessiert sind, sondern spricht auch jene an, die sich im Bereich der umweltorientierten Unternehmensführung fortbilden wollen.

Für die Koordination des Gesamttablaufes des Projekts wurde 1996 ein Projektbeirat gegründet. Er vereinigt wichtige Vertreter des Luxemburger Tourismussektors: das Tourismusministerium, das ONT, das Energieministerium, das Umweltministerium, den Hotel- & Gaststättenverband „Horesca“, die Campingvereinigungen „Camprilux“ und „APC“, die Landtourismusvereinigung „Association pour la Promotion du Tourisme Rural“ (APTR), die Handelskammer, die Hotelfachschule „Lycée technique hôtelier Alexis Heck“ sowie die Umweltberatung der Stiftung Oeko-Fonds.

## Wieso ein Label im Tourismussektor?

Angesichts des ständig wachsenden Umweltbewußtseins vieler Reisender müssen sich Dienstleistungsbetriebe im Tourismussektor neben den wirtschaftlichen Problemen verstärkt ökologischen Herausforderungen stellen.

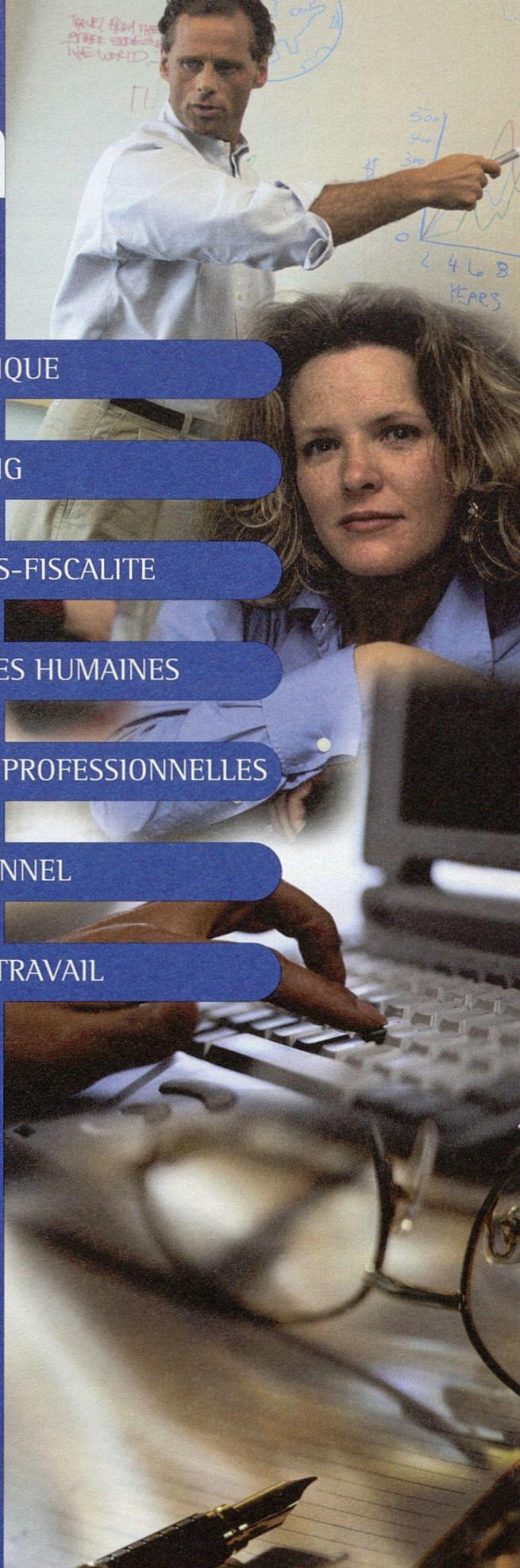
Mit der Festsetzung von Umweltqualitätszielen bei der Gestaltung des touristischen Urlaubsangebotes können Tourismusbetriebe diesen Erwartungen gerecht werden und sich somit einen zusätzlichen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Gleichzeitig bietet eine Berücksichtigung des Umweltschutzgedankens in

# Formation

**Séminaires 99**

- MANAGEMENT STRATEGIQUE
- COMMERCIAL-MARKETING
- COMPTABILITE-FINANCES-FISCALITE
- GESTION DES RESSOURCES HUMAINES
- RELATIONS SOCIALES ET PROFESSIONNELLES
- DEVELOPPEMENT PERSONNEL
- SECURITE ET SANTE AU TRAVAIL

CHAMBRE DE COMMERCE  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



# CALENDRIER DES SEMINAIRES 1999

Titre de la formation	Conférencier	Durée	Horaire	Prix
<b>MANAGEMENT STRATEGIQUE</b>				
Agir sur la dynamique de l'entreprise pour répondre aux enjeux de demain	<b>F</b> Thierry Huynen	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	3.000 Luf
Optimale Führung von Einzelhandelsbetrieben	<b>D</b> Manfred Abels	1 jour	idem	4.000 Luf
Méthode de gestion de projets	<b>F</b> Georges Geury	2 jours	idem	9.000 Luf
La qualité totale au service des PME et PMI	<b>F</b> Roland Gieseler	2 jours	idem	3.000 Luf
Benchmarking	<b>F</b> Roland Gieseler	2 jours	idem	3.000 Luf
Reengineering et qualité administrative	<b>F</b> François d'Anethan	2 jours	idem	3.000 Luf
Cycle de perfectionnement managérial pour cadres	<b>F</b> Thierry Huynen	4 jours	idem	12.000 Luf
<b>COMMERCIAL-MARKETING</b>				
La vente en magasin	<b>F</b> Frederic Scouman	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	7.000 Luf
Internet - la porte d'entrée vers de nouveaux marchés	<b>F</b> Samuel Dickes	4 jours	18.30 - 21.00	3.000 Luf
Durch freundliche und kompetente Fachberatung gewinnen	<b>D</b> Elmar Heinsberg	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	7.000 Luf
Formation au management stratégique d'une force de vente	<b>F</b> Robert Marnette	2 jours	idem	7.000 Luf
Das Verkäufer-Seminar: Kunden suchen - Kunden binden	<b>D</b> Gerd Rehbock	2 jours	idem	7.000 Luf
Amélioration de mes compétences commerciales en tant que technicien	<b>F</b> Frederic Scouman	2 jours	idem	3.000 Luf
Das beratende Verkaufsgesprächstraining	<b>D</b> Elmar Heinsberg	2 jours	idem	7.000 Luf
Erfolgreiches Marketing im Handel	<b>D</b> Helmut C. Steffens	2 jours	idem	7.000 Luf
Techniques de vente pour délégués-commerciaux	<b>F</b> Frederic Scouman	2 jours	idem	7.000 Luf
Le commerce électronique	<b>F</b> Paul Retter	1 jour	idem	1.500 Luf
<b>COMPTABILITÉ-FINANCES-FISCALITÉ</b>				
Controlling für kleine und mittlere Unternehmen	<b>D</b> Jean-Luc Stephany	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	6.000 Luf
Le financement de l'investissement par crédit bancaire	<b>F</b> Guy Hoffmann	2 jours	idem	6.000 Luf
Techniques de base de l'analyse financière	<b>F</b> Paul Laplume	2 jours	idem	6.000 Luf
Gesunde Finanzen - gesicherte Zahlungsfähigkeit	<b>D</b> Manfred Abels	1 jour	idem	4.000 Luf
Le crédit documentaire	<b>F</b> Jean Petry	1 jour	19.00 - 21.00	500 Luf
Le système de la TVA au Luxembourg	<b>F</b> Romain Bontemps	6 jours	18.30 - 20.30	6.000 Luf
<b>GESTION DES RESSOURCES HUMAINES</b>				
Droit du travail	<b>F</b> Paul Mousel	6 jours	19.00 - 21.00	4.000 Luf
Formation de formateurs	<b>F</b> Thierry Huynen	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	3.000 Luf
Construire le plan de formation de l'entreprise	<b>F</b> Dominique Matera	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	3.000 Luf
<b>RELATIONS SOCIALES ET PROFESSIONNELLES</b>				
Techniques d'accueil par téléphone	<b>F</b> Frederic Scouman	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	3.000 Luf
Kunden und Besucher besser empfangen	<b>D</b> Gerd Rehbock	2 jours	idem	3.000 Luf
Der richtige Umgang mit Beschwerden und Reklamationen	<b>D</b> Gerd Rehbock	2 jours	idem	3.000 Luf
La négociation - ou comment éviter les conflits professionnels?	<b>F</b> Catherine Gerardin	2 jours	idem	9.000 Luf
L'accueil à la réception	<b>F</b> Frederic Scouman	2 jours	idem	3.000 Luf
Kundenorientierung am Telefon	<b>D</b> Gerd Rehbock	2 jours	idem	3.000 Luf
Comment traiter constructivement les réclamations de vos clients?	<b>F</b> Frederic Scouman	2 jours	idem	3.000 Luf
Mitarbeiter kooperativ führen	<b>D</b> Norbert A. Harlander	2 jours	idem	9.000 Luf
Richtige Mitarbeiterführung und Delegation von Verantwortung	<b>D</b> Gerd Rehbock	2 jours	idem	9.000 Luf
Teamwork Management	<b>F</b> Jean-Luc Megali	2 jours	idem	9.000 Luf
<b>DEVELOPPEMENT PERSONNEL</b>				
Time Management	<b>D</b> Karlfried Hans	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	3.000 Luf
Rhetorik - frei und überzeugend sprechen	<b>D</b> Gustav Vogt	2 jours	idem	3.000 Luf
Développer ses aptitudes au dialogue de recouvrement de créances	<b>F</b> Thierry Huynen	2 jours	idem	3.000 Luf
Business presentation skills	<b>E</b> Irene Johnson	2 jours	idem	3.000 Luf
Communication	<b>E</b> Irene Johnson	2 jours	idem	3.000 Luf
Professionelle Gesprächsführung	<b>D</b> Gustav Vogt	2 jours	idem	3.000 Luf
Ihr persönlicher Stil entscheidet	<b>D</b> Gerd Rehbock	2 jours	idem	3.000 Luf
Gestern Mitarbeiter - heute Führungskraft	<b>D</b> Volker Brodbeck	2 jours	idem	3.000 Luf
<b>SECURITE ET SANTE AU TRAVAIL</b>				
Entretien et protection de la colonne vertébrale sur le lieu de travail	<b>F</b> Max Bresler	2 jours	8.30 - 12.30 et 14.00 - 17.30	7.000 Luf
Prévention du stress en entreprise	<b>F</b> Max Bresler	2 jours	idem	7.000 Luf
Pédagogie et formation à la prévention des accidents de travail	<b>F</b> Thierry Huynen	2 jours	idem	7.000 Luf
La sécurité informatique	<b>F</b> Jean-Luc Köckler	2 jours	idem	7.000 Luf

JAN	FEV	MAR	AVR	MAI	JUIN	SEP	OCT	NOV	DEC
	25 et 26								
		10							
		15 et 16							
		29 et 30							
				3 et 4					
				31	1				
							20, 27	10, 17	
	8 et 9								
		16, 18, 23, 25					19, 21, 26, 28		
		22 et 23							
		25 et 26							
			26 et 27						
					3 et 4				
						27 et 28			
						27 et 28			
							18 et 19		
				19				23	
			22 et 23						
				17 et 18					
						29	6		
								24	
								24	
					1, 3, 8, 10, 15, 17				
26, 28	2, 4, 9, 11								
		31	1						
					7 et 8				
25 et 26							7 et 8		
	1 et 2							8 et 9	
		8 et 9					25 et 26		
		11 et 12							
		18 et 19					28 et 29		
			29 et 30					18 et 19	
				6 et 7				25 et 26	
					29 et 30				
								15 et 16	
								29 et 30	
	4 et 5								
		1 et 2							
		4 et 5							
			19 et 20						
					14 et 15				
							4 et 5		
									2 et 3
									6 et 7
28 et 29									
	10 et 11								
			22 et 23						
									11 et 12



**La Formation  
Professionnelle  
Continue**

pour améliorer son cadre  
de travail, pour évoluer dans  
l'entreprise, pour relever les défis  
du futur.

**syrecos**  
LUXEMBOURG

**vous propose:**

le catalogue télématique des formations  
professionnelles continues au Luxembourg,  
un serveur Internet luxembourgeois dédié,  
un lieu d'échange avec les professionnels de la  
formation continue.

<http://www.syrecos.lu>

INFPC Consultance et Formation - Animateur Syrecos - Tél.: 46 96 12 221 - Fax : 46 96 20 - E-Mail: [animateur@syrecos.lu](mailto:animateur@syrecos.lu)



**CHAMBRE DE COMMERCE - CENTRE DE FORMATION**

Siège : 7, rue Alcide de Gasperi  
Adresse postale : L-2981 Luxembourg  
Téléphone : (352) 42 39 39 - 225  
Fax : (352) 43 83 26  
E-mail : [seminars@cc.lu](mailto:seminars@cc.lu)  
homepage : <http://www.cc.lu>  
CCP : 55983-14

der Betriebsführung und im Management den Betrieben viele Möglichkeiten zur Kostensenkung.

Vor diesem Hintergrund hat das Tourismusministerium im Jahre 1997 ein Projekt zur Einführung eines „Oeko-Labels für Tourismusbetriebe in Luxemburg“ in Auftrag gegeben. In Anlehnung an die positiven Effekte eines solchen Labels im Ausland und den Vorbildwirkungen im gesamten Tourismussektor war es Ziel des Projektes, ein den speziellen regionalen Rahmenbedingungen Luxemburgs angepaßtes, einheitliches Label zu entwickeln und damit Betriebe auszuzeichnen, die mit hohem Engagement und entsprechenden Investitionsmaßnahmen Ökonomie und Ökologie sinnvoll verbinden.

Ab sofort können sich am Label interessierte Hotels, Campings und Landtourismuseinrichtungen für das Vergabeverfahren anmelden. Will ein Betrieb mit einem Label ausgezeichnet werden, so muß er gewisse Mindestanforderungen bezüglich der ökologischen Betriebsführung erfüllen. Ein Kriterienkatalog definiert diese Anforderungen in den fünf Bereichen Wasser, Energie, Abfall, Beschaffung und Information. Hilfestellung hierzu bietet eine umfangreiche Informationsbroschüre, die ab sofort bestellt werden kann.

Zur Ausarbeitung eines den Luxemburger Verhältnissen angepaßten Maßnahmenkataloges für die Einführung des Oeko-Labels wurde in einer ersten Projektphase im Frühjahr 1997 eine Fragebogenaktion unter den Tourismuseinrichtungen des Landes durchgeführt. Aufbauend auf den Ergebnissen dieser Bestandsaufnahme schloß sich im Sommer 1997 der Wettbewerb „Tourismus und Umwelt“ an, bei dem 37 Betriebe eine Auszeichnung erhielten. Parallel dazu begann als dritte Projektphase die Ausarbeitung des eigentlichen Label-Konzeptes, das nun im November der Öffentlichkeit vorgestellt wird. Die ersten Auszeichnungen sind für das Frühjahr 1999 geplant.

## Nouveaux règlements grand-ducaux

# Indication de la consommation d'énergie

Plusieurs règlements grand-ducaux ont été publiés récemment concernant l'indication de la consommation d'énergie de certains appareils ménagers.

Règlement grand-ducal du 17 août 1998 concernant l'indication de la consommation d'énergie des **lavantes-séchantes domestiques combinées**.

Règlement grand-ducal du 17 août 1998 concernant les exigences en matière de rendement énergé-

tique des **réfrigérateurs, congélateurs et appareils combinés à usage ménager**.

Règlement grand-ducal du 17 août 1998 concernant la loi modifiant le règlement grand-ducal du 19 juin 1996 concernant l'indication de la consommation d'énergie des **machines à laver le linge domestiques**.

Règlement grand-ducal du 17 août 1998 concernant l'indication de la consommation d'énergie des **lave-vaisselle domestiques**.

La réglementation concerne l'étiquetage de certains appareils ménagers. Elle vise surtout le commerce et les distributeurs des appareils ménagers qui sont indiqués ci-dessus, qui devront vérifier si les produits vendus sont correctement étiquetés. La fiche d'information à apposer doit informer le consommateur sur l'efficacité énergétique et les performances de ces appareils. La réglementation vise donc à encourager les consommateurs à préférer les appareils à haute performance énergétique et d'inciter les producteurs d'améliorer le rendement des appareils et équipements produits.

Les entreprises intéressées pourront s'adresser à Monsieur Tom Theves (tél.: 42.39.39-353, fax: 43.83.26, e-mail: pme@cc.lu).

## La législation environnementale luxembourgeoise

La Chambre de Commerce met à la disposition des entreprises un tableau reprenant la législation en matière d'environnement. Les lois et règlements environnementaux qui concernent les entreprises ont été repris sur deux pages DIN A3.

Le tableau comprend la législation en matière de déchets, d'eau, de bruit et des substances dangereuses. Il indique également la législation relative aux incidences sur l'environnement, l'aménagement du territoire ou encore les aides financières. Le tableau permettra ainsi aux entreprises intéressées d'obtenir une vue d'ensemble de la législation environnementale en vigueur au Luxembourg.

Le tableau peut être commandé gratuitement auprès de Monsieur Tom Theves (tél.: 42.39.39-353, fax: 43.83.26, e-mail: pme@cc.lu).



## 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 15/11/98.

### ADAMY Raymond

70, rue de l'Alzette  
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9094/98  
10/11/98 - 09/11/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles d'horlogerie, bijouterie, orfèvrerie, cristaux et articles d'optique (à l'exclusion de lunettes)

### ASPORT S.à r.l.

34, route d'Ettelbruck  
L-9160 INGELDORF  
c9090/98  
20/11/98 - 19/02/99  
transformation immobilière  
articles de sport et de loisirs sur une surface de vente de 1095 m<sup>2</sup>

### BAUSTERT Françoise

16, rue de Differdange  
L-4437 SOLEUVRE  
c8096/98  
05/03/98 - 04/03/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles d'épicerie et accessoires, articles de boulangerie-pâtisserie, produits de viande de longue conservation

### BECKER Jan

21, rue de l'Alzette  
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9096/98  
10/11/98 - 09/11/99  
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  
19/05/98 - 18/05/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de bijouterie-horlogerie

### BISDORFF Jeannine

46, avenue de la Libération  
L-3850 SCHIFFLANGE  
c9008/98  
28/02/98 - 27/02/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de quincaillerie, ustensiles de ménage, articles de papeterie, articles de maroquinerie, cadeaux, jouets,

### BODEGAS DE IBERIA S.à r.l.

30, rue de Longwy  
L-4750 PETANGE  
c9049/98  
04/07/98 - 03/07/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
boissons

### BOUTIQUE MARIE FRANCE S.à r.l.

79, avenue G. D. Charlotte  
L-3441 DUDELANGE  
c9000/98  
21/01/98 - 20/01/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de confection et accessoires de mode y assortis

### BRAUN Jean Jacques

10, rue du Fort Bourbon  
L-1240 LUXEMBOURG  
c9099/98  
12/11/98 - 11/02/99  
déménagement: rue de l'Industrie, Bertrange  
articles de tapisserie et de décoration

### BROSIUS Fernand

67, Grand-Rue  
L-1661 LUXEMBOURG  
c9046/98  
04/07/98 - 03/07/99  
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  
02/11/98 - 01/11/99  
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  
04/07/98 - 03/07/99  
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  
17/11/98 - 16/11/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
tapis et articles d'artisanat d'art

### CENTRAL CASPIAN S.à r.l.

5, rue Jean Jaurès  
L-3490 DUDELANGE  
c9089/98A  
17/11/98 - 16/11/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
tapis et articles d'artisanat d'art

### CHAUSSURES TOCKERT S.e.n.c.

20, route de Luxembourg  
L-4760 PETANGE  
c8099/97  
19/01/98 - 18/01/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
chaussures et accessoires y relatifs

### CHOQUE Pierre

9, rue Guillaume  
L-9046 ETTTELBRUCK  
c9071/98

01/09/98 - 31/08/99  
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  
31/08/98 - 30/08/99  
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  
16/10/98 - 15/10/99  
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  
24/10/98 - 23/10/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles électriques

### ERANG S.à r.l.

21, rue Schiller  
L-3562 DUDELANGE  
c9060/98  
01/09/98 - 31/08/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
chaussures et accessoires, articles de toilette

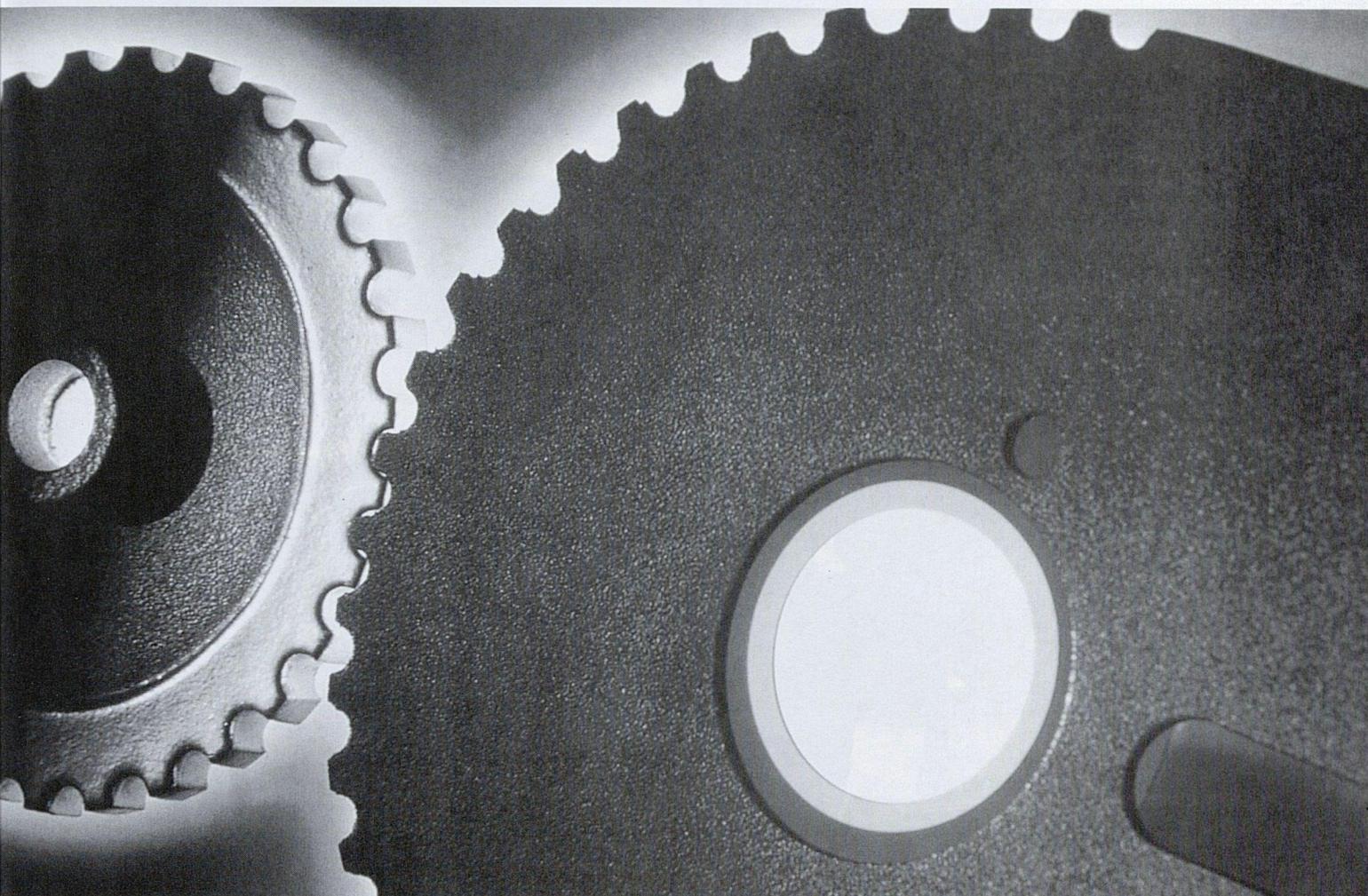
### EX AEQUO S.à r.l.

61, rue de l'Alzette  
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9061/98  
24/10/98 - 23/01/99  
transformation immobilière  
articles de confection, articles textiles et accessoires de mode y assortis, articles de fausse-bijouterie

### FAARWEGESCHAEFT KAELDALL S.à r.l.

82, route de Tétange  
L-3672 KAYL  
c9086/98  
05/11/98 - 04/11/99  
cessation complète de l'activité commerciale

RIEN NE TRADUIT MIEUX L'INTERACTION  
ENTRE UN BANQUIER ET SON CLIENT



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**

# 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

articles de peinture et de décoration

**FANTASY  
BAZAAR S.à r.l.**

35, rue du X Septembre  
L-4320 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9078/98  
25/09/98 - 24/09/99  
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  
15/05/98 - 14/05/99  
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  
07/08/98 - 06/08/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de librairie-papeterie, articles scolaires, articles de maroquinerie et de bimbelerie, articles en céramique

**FRERES Henri**

11, place des Tilleuls  
L-9575 WILTZ  
c9005/98  
01/03/98 - 28/02/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
jouets, cadeaux-souvenirs, couteaux à cran d'arrêt, pellicule

**FUX Marguerite**

6, rue de Wilwerdange  
L-9911 TROISVIERGES  
c9004/98  
13/02/98 - 12/02/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles pour peintres, articles scolaires, articles de fausse-bijouterie et cadeaux souvenirs

**GUELUX S.A.**

86, rue de l'Alzette  
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9066/98  
17/08/98 - 16/08/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de confection

**HAAS Alexandre**

96, rue de l'Alzette  
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9002/98  
14/04/98 - 13/04/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de maroquinerie; chaussures et pantoufles

**HADAN S.à r.l.**

140, route d'Arlon  
L-8008 STRASSEN  
c9033/98  
15/04/98 - 14/04/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
tapis, articles d'artisanat d'art et articles de bimbelerie

**HADAN S.à r.l.**

2, rue Beck  
L-1222 LUXEMBOURG  
c9033/98  
15/04/98 - 14/04/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles d'ameublement, articles de décoration pour intérieurs articles de ménage

**HOSCHARD  
Marie-Louise**

36, avenue G.D. Charlotte  
L-3440 DUDELANGE  
c8083/97  
07/11/98 - 06/02/99  
transformation immobilière  
chaussures et accessoires

**INCOGNITO S.à r.l.**

47, avenue de la Gare  
L-1611 LUXEMBOURG  
c9097/98  
27/11/98 - 26/11/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de confection et accessoires de mode y relatifs, articles de lingerie et articles de chemiserie

**JOTEX S.à r.l.**

80, rue Emile Mark  
L-4620 DIFFERDANGE  
c8093/97  
22/01/98 - 21/01/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de lingerie, articles de mercerie-bonneterie, articles textiles et articles de bimbelerie

**KOHN DE ZORZI Flora**

16, rue du Commerce  
L-3450 DUDELANGE  
c9067/98

01/10/98 - 31/12/98  
transformation immobilière  
articles textiles et d'habillement, accessoires de mode y assortis

**KOHNEN-WOLTER  
Monique**

12, place de l'Hôtel de Ville  
L-4138 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9014/98  
02/03/98 - 01/03/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de confection, articles textiles, articles de mercerie-bonneterie et articles de fausse-bijouterie

**KRAEMER Monique**

29, rue de Stavelot  
L-9280 DIEKIRCH  
c9072/98  
09/09/98 - 08/09/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de confection et accessoires de mode; articles de chapellerie

**KREYMBORG  
LUXEMBOURG S.A.**

40, avenue de la Gare  
L-1610 LUXEMBOURG  
c9095/98  
10/11/98 - 31/12/98  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de confection et articles de lingerie

**LADY DRESS S.à r.l.**

6, rue St. Antoine  
L-9205 DIEKIRCH  
c9088/98  
21/11/98 - 20/02/99  
transformation immobilière  
articles de confection et accessoires, articles de mercerie-bonneterie, articles de literie, articles de chapellerie

**LADY-MODES S.à r.l.**

56, Grand-Rue  
L-1660 LUXEMBOURG  
c9069/98  
14/10/98 - 13/01/99  
transformation immobilière  
articles textiles et vêtements

**LEY Albert**

2, rue Glesener  
L-1630 LUXEMBOURG  
c9001/98  
01/02/98 - 31/01/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles photographiques

et électroniques, jumelles, loupes  
encadrements, cartes postales, littérature technique

**LINGERIE  
BEAUMONT S.à r.l.**

10, rue Beaumont  
L-1219 LUXEMBOURG  
c9079/98  
26/10/98 - 25/10/99  
transformation immobilière  
articles de lingerie, mercerie-bonneterie, confection

**LIPPIS Antoine**

36-38, Grand-Rue  
L-1660 LUXEMBOURG  
c9062/98  
17/08/98 - 16/08/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles de mercerie-bonneterie-lingerie, vêtements de cérémonie articles de confection, de chemiserie et de sport

**MAISON CLEES S.à r.l.**

50, rue de l'Alzette  
L-4210 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9032/98  
15/04/98 - 14/04/99  
cessation complète de l'activité commerciale,  
articles électroniques et appareils audio-visuels

**MEHRABKHANI  
Farahmand**

6, boulevard de Verdun  
L-2670 LUXEMBOURG  
c9081/98  
20/10/98 - 19/10/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
tapis

**MERGEN Fernand**

20, rue Joseph Hansen  
L-1716 LUXEMBOURG  
c9057/98  
08/08/98 - 07/08/99  
cessation complète de l'activité commerciale  
articles photographiques

**MEYERS Paul**

21, porte des Ardennes  
L-9145 ERPELDANGE  
c9076/98  
02/01/99 - 31/03/99  
transformation immobilière  
articles de chasse, vêtements de chasse et aliments pour animaux

**MINI-HILGES S.à r.l.**

183, route d'Arlon  
L-8011 STRASSEN  
c9087/98  
02/11/98 - 31/01/99  
déménagement: 37B, rue des  
Romains, L-8041 Strassen  
articles textiles, articles de  
confection, vêtements de sport,  
sous-vêtements, articles de lin-  
gerie et articles de bonneterie

**MONOPOL  
GALERIE 45 S.à r.l.**

45, avenue de la Gare  
L-1611 LUXEMBOURG  
c9047/98  
11/06/98 - 10/09/99  
dégâts graves occasionnés par  
un sinistre  
articles de confection et acces-  
soires, articles de sport

**NARDINI Pia Dora**

45, Grand-Rue  
L-6630 WASSERBILLIG  
c8090/97  
03/01/98 - 02/01/99  
cessation complète de l'activité  
commerciale  
articles d'horlogerie-bijouterie

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

26B, boulevard Royal  
L-2449 LUXEMBOURG  
c9056/98  
22/07/98 - 21/07/99  
cessation complète de l'activité  
commerciale  
tapis, articles d'artisanat, d'art et  
de décoration pour intérieurs

**NEY-SCHILTZ Catherine**

74, route d'Eich  
L-1460 LUXEMBOURG  
c9016/98  
03/03/98 - 02/03/99  
cessation complète de l'activité  
commerciale  
confection, articles de mercerie,  
laines, articles de  
parfumerie et livres de poche

**NOCES D'OR S.à r.l.**

48, avenue de la Gare  
L-1610 LUXEMBOURG  
c9043/98  
19/05/98 - 18/05/99  
cessation complète de l'activité  
commerciale  
articles de fausse-bijouterie et  
de chapellerie, chaussures,  
articles textiles et articles d'ha-  
billement

**ORIENT GALERIE S.à r.l.**

92, Grand-Rue  
L-9050 ETTTELBRUCK  
c9092/98

07/11/98 - 06/02/99  
déménagement: 10, impasse  
Abbé Müller, L-9065 ETTTELBRUCK  
éléments et accessoires de  
construction, articles d'ameuble-  
ment, articles d'artisanat d'art,  
de décoration

**PRESTIGE DE L'ART S.A.**

4, Grand-Rue  
L-1660 LUXEMBOURG  
c9055/98  
10/07/98 - 09/07/99  
cessation complète de l'activité  
commerciale galerie d'art

**PUTZ Jos**

15-17, place du Marché  
L-4621 DIFFERDANGE  
c9041/98  
06/09/98 - 05/12/98  
transformation immobilière  
articles d'ameublement, articles  
de literie, articles en porcelaine,  
articles de verrerie et articles de  
décoration

**QUATTRIN Fiorina**

16, avenue G.D. Charlotte  
L-3440 DUDELANGE  
c9063/98  
31/10/98 - 30/01/99  
déménagement  
articles de confection, articles  
de lingerie

**RODENBOUR Wilma**

43, rue du Canal  
L-4050 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9019/98  
31/03/98 - 30/03/99  
cessation complète de l'activité  
commerciale

commerce d'animaux domes-  
tiques, articles, accessoires  
et aliments pour animaux, ar-  
ticles et accessoires de pêche

**SADLER Jean**

45, avenue G.D. Charlotte  
L-3441 DUDELANGE  
c9025/98  
04/04/98 - 03/04/99  
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  
11/07/98 - 10/07/99  
cessation complète de l'activité  
commerciale  
articles électriques, articles  
électro-ménagers, outillage,  
ustensiles de ménage, gaz bu-  
tane, appareils à gaz etc.

**SCHOMER Myriam**

19, avenue Dr. Gaasch  
L-4818 RODANGE  
c9017/98  
14/03/98 - 13/03/99  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de la branche  
de fleuriste

**SELIGMANN  
Alfred & Cie S.à r.l.**

72, Grand-Rue  
L-1660 LUXEMBOURG  
C9077/98  
26/09/98 - 25/12/98  
déménagement  
confection pour dames et  
enfants, articles textiles,  
accessoires et colifichets

**SISTERMANN  
Rodolphe**

1, rue de Bonnevoie  
L-1260 LUXEMBOURG  
c9029/98  
09/04/98 - 08/04/99  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
métaux précieux, articles  
de bijouterie et d'horlogerie  
ainsi que de bibelots

**SOMALIT S.A.**

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

**SPORTISSIMO S.à r.l.**

20, route de Bettembourg  
L-1899 KOCKELSCHEUER  
c9080/98  
23/10/98 - 22/01/99  
transformation immobilière  
articles textiles, accessoires  
de mode assortis et articles  
de sport

**STOFFEL Patrick**

33, route d'Esch  
L-1470 LUXEMBOURG  
c9045/98  
14/11/98 - 13/02/99  
déménagement:  
rue de Hollerich, Luxembourg  
articles de sport et de loisirs

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

Centre Neuberg, Grand-Rue  
LUXEMBOURG  
c9075/98  
17/10/98 - 16/10/99  
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  
12/08/98 - 11/08/99  
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  
29/04/98 - 28/04/99  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
aliments pour chats,  
chiens et oiseaux

**THIMMESCH Paul**

12, rue de l'Alzette  
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9006/98  
01/03/98 - 28/02/99  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
articles de bijouterie-  
horlogerie-orfèvrerie, briquets  
et autres accessoires  
pour fumeurs

**TISSUS  
THEISEN S.à r.l.**

62, rue de l'Alzette  
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE  
c9058/98  
01/10/98 - 31/12/98  
transformation immobilière  
articles textiles

**WAGENER Lucie**

17, rue des Gaulois  
L-1618 LUXEMBOURG  
c9085/98  
06/11/98 - 05/02/99  
transformation immobilière  
articles textiles,  
ustensiles ménagers,  
articles de pêche,  
articles de maroquinerie,  
de jouets

**WOLLBUTTEK II S.à r.l.**

12, rue Guillaume  
L-9046 ETTTELBRUCK  
c9070/98  
18/08/98 - 17/08/99  
cessation complète  
de l'activité commerciale  
laines, accessoires  
de tricotage et articles tricotés;  
articles de lingerie,  
articles de mercerie,  
articles textiles

# La responsabilité du fait des produits défectueux

## 1. Généralités

En date du 25 juillet 1985, le Conseil des Communautés européennes a adopté une directive tendant à l'harmonisation des dispositions législatives et réglementaires des Etats membres en matière de responsabilité civile pour dommages causés par des produits défectueux. La France, dernier pays de l'Union européenne à ne pas avoir transposé ladite directive, vient de se conformer à ses engagements par une loi du 19 mai 1998. Tous les pays de l'Union européenne ayant dès lors adopté ladite directive, il paraît utile de rappeler l'existence d'une loi au Luxembourg qui aura vécu sous peu sa première décennie. Il s'agit de la loi du 21 avril 1989 relative à la responsabilité civile du fait des produits défectueux.

Par ailleurs, le sujet gagne toute son actualité eu égard aux problèmes potentiels du passage à l'an 2000 qui risquent d'émerger sous peu. Il est référé à cet égard à la partie de cette chronique relative au champ d'application de la loi quant aux personnes concernées.

Il y a encore lieu de rendre attentif à l'existence d'une autre loi qui touche un domaine voisin, celui de la sécurité générale des produits; cette loi qui date du 27 août 1997 ne doit pas être confondue avec celle du 21 avril 1989. La loi relative à la sécurité générale des produits met à la charge des producteurs une obligation générale de ne mettre sur le marché que des produits sûrs, alors que la loi du 21 avril 1989 règle la mise en oeuvre de la responsabilité des producteurs.

## 2. Champ d'application

### 2.1. Les personnes

#### Le responsable

Pour des raisons de simplicité on utilisera au cours de cette chronique le terme de «producteur» pour désigner le responsable.

La responsabilité du fait des produits défectueux est une responsabilité professionnelle; elle ne concerne que les personnes impliquées dans le processus de production ou de distribution. Au sens de la loi sont considérés comme producteurs les personnes suivantes:

- les producteurs de matières premières et les fabricants de parties composantes ou de produits finis;
- les personnes qui se présentent comme tel en apposant leur nom, marque ou quelque autre signe distinctif sur le produit;

- par assimilation, les personnes qui importent le produit dans l'Union européenne aux fins de distribution sous quelque forme que ce soit, y compris sous forme de vente, location ou leasing.

En outre, la loi prévoit un système de «dominos»; chaque fournisseur, à moins d'indiquer à la victime dans un délai raisonnable le véritable producteur ou son propre fournisseur, sera considéré comme étant le producteur.

#### La victime

La loi du 21 avril 1989 constitue un pilier essentiel en matière de protection du consommateur. Ceci ressort tant des dispositions de la loi elle-même que des travaux préparatoires de la loi. Toutefois il y a lieu de relativiser ici la notion de consommateur en ne la limitant pas seulement aux consommateurs finaux privés et particuliers mais en y incluant également les entreprises, acheteurs finaux. Ainsi, toute personne à laquelle a été causé un dommage par un produit défectueux peut se prévaloir des dispositions de la présente loi sans qu'il y ait lieu de faire une distinction stricte entre consommateur final privé et professionnel.

Par ailleurs la loi s'applique indistinctement du fait qu'il y ait eu un contrat entre le producteur et la victime ou non.

### 2.2. Les produits

#### Notion

L'article 2, 1° définit le produit comme étant tout bien mobilier, même s'il est incorporé dans un autre meuble ou dans un immeuble. Le législateur luxembourgeois, tout en ayant pris soin d'inclure de façon explicite l'électricité parmi les produits concernés, n'a cependant pas exclu expressément les matières premières agricoles ou les produits de la chasse. Ces matières et produits ont été exclus par la directive elle-même qui laisse toutefois aux Etats membres la faculté de les englober parmi les produits dont la défectuosité est susceptible d'engager la responsabilité de leur producteur. Bien que la loi luxembourgeoise, contrairement à la loi française, ne les mentionne pas expressément, il ressort des travaux préparatoires de la loi qu'il y a lieu de les admettre parmi les produits au sens de la loi (Doc. parl. no. 3287-1, Avis de la CSJ, p. 1; Doc. parl. no. 3287-3, Rapport de la Commission juridique, p. 4).

Condition nécessaire: la mise en circulation du produit

Le producteur n'est responsable du fait d'un produit défectueux qu'à partir du moment de sa mise en circulation. Cette affirmation résulte implicitement des dispositions de la loi. Le législateur français a pris soin de préciser qu'un produit n'est mis en circulation que si son producteur s'en est dessaisi volontairement. La loi luxembourgeoise ne prévoit rien de tel. Il est vrai que le projet de loi initial définissait la mise en

circulation du produit comme la perte de la garde du producteur qui s'en dessaisissait volontairement. Cette formulation n'a pas été retenue suite aux craintes de la Cour supérieure de justice émises dans son avis du 8 octobre 1987 lors des travaux préparatoires. Il y a dès lors lieu de remarquer qu'un léger doute subsiste quant à la question de savoir si les produits dérobés contre le gré du producteur seront à considérer comme pouvant engager sa responsabilité.

Par ailleurs il y a lieu de relever que le législateur français précise qu'il n'y a qu'une seule et unique mise en circulation d'un produit. Pareille disposition fait malheureusement défaut dans la loi luxembourgeoise.

### 3. Le régime

#### 3.1. Mise en oeuvre de la responsabilité

Afin de mettre en oeuvre la responsabilité du producteur, la victime doit prouver l'existence du défaut du produit, du dommage subi et le lien de causalité entre les deux.

##### **Le défaut**

Le défaut d'un produit est décrit à l'article 2, 3<sup>o</sup> de la loi. C'est le fait par un produit de ne pas offrir la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre compte tenu de toutes les circonstances. Parmi ces circonstances il y a lieu de mentionner avant tout la présentation du produit, l'usage du produit qui peut être raisonnablement attendu ainsi que le moment de la mise en circulation du produit. Fort heureusement, le législateur a précisé que le fait qu'un produit plus perfectionné soit mis en circulation par après ne confère pas à un produit antérieur le stigmate de la défectuosité.

##### **Le dommage**

La loi pose comme principe que tout dommage doit être réparé et n'exclut que les dommages résultant d'accidents nucléaires et qui sont couverts par des conventions internationales en vigueur, les dommages causés au produit défectueux lui-même ainsi que les dommages causés aux choses (y compris leur destruction) à la double condition que cette chose soit d'un type qui n'est normalement pas destiné à l'usage privé et qu'elle n'ait pas été utilisée par la victime principalement pour son usage privé.

En principe tous les dommages seront donc indemnisés, y compris les dommages causés par la mort ou par des lésions corporelles.

Toutefois une franchise d'un montant de 22.500 francs luxembourgeois est applicable. Ce montant peut être adapté par voie de règlement grand-ducal.

##### **Le lien de causalité**

La victime aura à rapporter la preuve du lien de causalité entre le défaut du produit et le dommage, c.-à-d. que le dommage a effectivement été la conséquence du défaut. Elle n'a plus à prouver une faute du producteur. On n'est pas en présence d'une présomption de causalité, contrairement à la responsabilité délictuelle du fait des choses, basée sur l'article 1384 alinéa 1<sup>er</sup> du Code civil dans le cadre de laquelle il y a causalité présumée à partir du moment de la survenance d'un préjudice et de l'intervention d'une chose dans la réalisation du dommage.

##### **Les délais d'action**

Tout d'abord, la loi dispose que le droit à réparation de la victime est éteint après une période de 10 ans à partir de la mise en circulation du produit. Ce délai n'est interrompu qu'au cas où la victime aurait entre-temps introduit une action en justice. On peut donc dire que la garantie légale du producteur s'éteint 10 ans après la mise en circulation du produit. Au cas où le producteur a accordé un délai de garantie plus long sur base conventionnelle, il sera évidemment tenu de respecter celui-ci, la volonté des parties se substituant dans ce cas à celle du législateur.

Ensuite, la victime devra introduire son action en justice endéans un délai de 3 ans à partir du moment où elle avait connaissance ou aurait dû avoir connaissance à la fois du dommage, du défaut et de l'identité du producteur, étant entendu par là son propre vendeur ou le producteur initial.

Remarquons que la loi luxembourgeoise prévoit que chaque fournisseur intermédiaire sera considéré comme producteur si le véritable producteur ne pourra être identifié, sauf à indiquer dans un délai raisonnable l'identité du véritable producteur à la victime. La jurisprudence aura à définir ce délai raisonnable, mais il est à présumer qu'elle s'orientera au bref délai prévu en matière de vices cachés tout en tenant compte des circonstances de l'espèce, de l'urgence en fonction du temps restant avant l'expiration de la garantie et de la complexité de la chaîne de contrats successifs. Notons que les juges des tribunaux luxembourgeois éprouveront à cet égard des difficultés à s'inspirer de décisions de leurs homologues français étant donné que la loi française prévoit un délai explicite d'une année pour introduire l'action en recours d'un fournisseur.

#### 3.2. Exonération

Au cas où toutes les conditions pour la mise en oeuvre de la responsabilité du producteur se trouvent réunies, il reste à voir si celui-ci n'est pas en mesure de s'exonérer, soit par une cause prévue par la loi, soit le cas échéant par une clause contractuelle.

##### **L'exonération légale**

La loi a prévu certaines causes d'exonération énumérées limitativement à l'article 4. Ainsi le producteur peut se décharger de sa responsabilité en prouvant l'une des circonstances suivantes:

**BUSINESS SERVICES LUXEMBOURG**

CENTRE d'Affaires ET DE TRADUCTION



TRADUCTIONS TOUTES LANGUES  
PAR DES SPÉCIALISTES

TÉL: (+352) 31 91 62

FAX: (+352) 31 49 69

E-mail: MANAGEMENT@bsl.lu

Web: www.bsl.lu

**YOUR SKY IS OUR LIMIT**

- qu'il n'a pas mis le produit en circulation;
- qu'il y a lieu d'estimer que le défaut n'existait pas encore au moment de la mise en circulation ou n'est né que postérieurement, compte tenu des circonstances;
- qu'il n'y a pas eu fabrication pour la vente (ou toute autre forme de distribution) dans un but économique du producteur ou dans le cadre de son activité professionnelle;
- que le défaut est dû à la conformité du produit avec des règles impératives imposées par les pouvoirs publics;
- en cas d'appel à la responsabilité d'un producteur d'une partie composante d'un produit, que le défaut est dû à la conception de ce produit.

Malheureusement le législateur luxembourgeois n'a pas introduit la cause d'exonération dite du «risque de développement», prévue par l'article 7 e) de la directive qui permet l'exonération du producteur lorsque l'état des connaissances scientifiques et techniques au moment de la mise en circulation du produit ne permettait pas de déceler l'existence du défaut.

**L'exonération conventionnelle**

Aux termes de l'article 5 alinéa 3 de la loi, le producteur ne peut s'exonérer aux termes d'une clause contractuelle limitative ou exonératoire de responsabilité.

**Cas particulier d'une pluralité d'intervenants**

- Dans le cas d'une faute de la victime, le producteur ne sera responsable du défaut de son produit que dans la mesure où le produit en question aura contribué à la réalisation du dommage. Il en est de même au cas où une personne dont la victime doit répondre aura commis la faute.
- L'intervention d'un tiers conjointe avec le défaut du produit dans la genèse d'un dommage ne suffira pas pour éluder la responsabilité du producteur.
- Lorsque plusieurs personnes seront tenues pour responsables au titre de la loi du 21 avril 1989, elles encourront une responsabilité solidaire.

**Conclusion**

En guise de conclusion, on peut dire que la loi du 21 avril 1989 ne renforce pas seulement la protection des consommateurs, mais change également le droit de la responsabilité. Elle n'institue pas une nouvelle sorte de responsabilité mais elle ajoute un nouveau régime de responsabilité à ceux qui existent déjà en empruntant différents aspects, tant à la responsabilité contractuelle (introduction d'un délai de garantie) qu'à la responsabilité délictuelle (preuve du lien causal; absence de nécessité de contrat) et quasi-délictuelle (absence de nécessité de faute). En ce sens, la loi du 21 avril 1989 peut être considérée comme une innovation en matière de droit de la responsabilité alors qu'elle constitue une dérogation au principe du non-cumul des responsabilités contractuelle et extra-contractuelle.

**La Chambre de Commerce est à votre service:**

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

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

## 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 portant exécution de la directive 96/48/CE du Conseil du 23 juillet 1996 relative à l'interopérabilité du système ferroviaire à grande vitesse. (2147WJE)

### Ministère de l'Economie

Projet de règlement grand-ducal concernant l'établissement de l'indice des prix à la consommation. (2148TCA)

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

Projet de règlement grand-ducal fixant les conditions pour la détention de daims destinés à la production de viande. (2149SED)

### Ministère de la Santé

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 29 octobre 1990 concernant la protection de la population contre les dangers résultant des rayonnements ionisants. (2150TTO)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 11 juin 1991 concernant les matériaux et objets en plastique destinés à entrer en contact avec les denrées alimentaires. (2151TTO)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 10 avril 1997 concernant les additifs alimentaires autres que les colorants et les édulcorants. (2154FMC)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 27 août 1997 concernant les préparations à base de céréales et les aliments pour bébés destinés aux nourrissons et aux enfants à bas âge. (2155FMC)

Projet de règlement grand-ducal instituant deux dérogations à certaines dispositions du règlement grand-ducal du 27 juillet 1997 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires. (2156FMC)

### Ministère de la Sécurité sociale

Projet de règlement grand-ducal déterminant les valeurs monétaires pour aides et de soins dans le cadre de l'assurance dépendance. (2152TCA)

Projet de règlement grand-ducal fixant les modalités de la détermination de la dépendance. (2153TCA)

## Sociétés anonymes - Sociétés à responsabilité limitée - Société coopérative - Société en commandite par actions

### Bilans au 31.12.1997

A. Les administrateurs et les gérants des sociétés anonymes, des sociétés à responsabilité limitée, des sociétés coopératives et des sociétés en commandite par actions sont tenus de soumettre les bilans et les comptes de pertes et de profits des exercices clôturés au 31.12.1997 à l'approbation de l'assemblée générale ou à l'approbation des associés avant le 31.12.1998.

Les comptes annuels approuvés doivent être déposés au Registre du commerce et des sociétés dans les délais de l'article 163-3 ci-dessous précisés. Au plus tard, au courant du mois de janvier 1999, tous les bilans et les comptes de pertes et de profits des exercices clôturés au 31.12.1997 doivent être déposés au Registre du commerce et des sociétés.



17, route d'Arlon  
L-7471 SAEUL  
WWW.Dataplus.lu

Tél.: (352) 63 96 76  
Fax: (352) 63 92 84  
DataPlus@DATAPLUS.LU

fondée en 1990  
RC 64532

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

- **ComptaPlus** comptabilité puissante et ouverte
- **GestionPlus** facturation, achat et stock pour commerces, bâtiment, vêtements, dépositaires, ...
- **SalairesPlus** 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.*

when work  
is a pleasure,  
life is a joy



Conception  
et aménagement  
de bureaux  
Etudes et conseils  
professionnels

office systems

**FELTEN-  
STEIN**

Des solutions d'ensemble  
pour bureaux et imprimeries

FELTEN-STEIN SA  
14, RUE DES JONCS

L-1818 HOWALD

TEL 40 23 53

FAX 40 23 39

e-mail: fs@felten-stein.lu  
http://www.felten-stein.lu

Il y a lieu de noter que le dépôt au Registre de commerce et des sociétés ne pourra être effectué qu'après enregistrement des comptes auprès de l'administration de l'Enregistrement, actes civils. Après la formalité de l'enregistrement, il est de la responsabilité personnelle des administrateurs et des gérants de prendre eux-mêmes soin que le dépôt au Registre du commerce et des sociétés soit effectué.

Les administrateurs et les gérants qui ne soumettent pas les comptes sociaux aux assemblées générales ou aux associés dans l'année qui suit la clôture de l'exercice, et ceux qui ne remettent pas les documents approuvés par l'assemblée générale ou par les associés au Registre du commerce et des sociétés dans les mois de l'approbation (sociétés anonymes, sociétés à responsabilité limitée et sociétés en commandite par actions) ou dans les quinze jours de l'approbation (sociétés coopératives) peuvent être punis d'une amende de 20.000.- à 1.000.000.- francs (art. 163-3 de la loi sur les sociétés).

Si les omissions sont faites dans un but frauduleux, les administrateurs et les gérants peuvent être condamnés à une amende de 50.000.- à 5.000.000.- francs et/ou à un emprisonnement d'un mois à deux ans (art. 1666-2).

Le défaut de présentation des comptes sociaux à l'assemblée et le défaut de remettre les comptes au Registre du commerce et des sociétés constituent des manquements graves aux dispositions de la loi sur les sociétés qui peuvent entraîner la dissolution d'office de la société par le tribunal sur requête du Parquet. (art. 203).

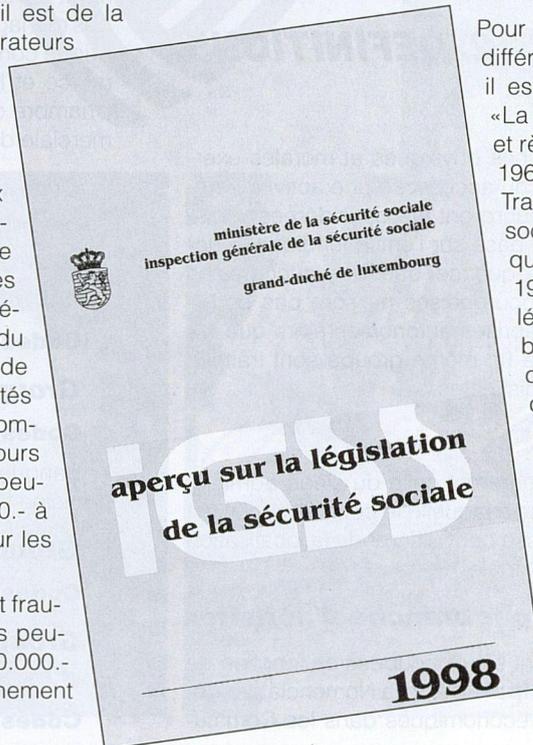
B. Les sociétés sont tenues de requérir l'inscription au Registre du commerce et des sociétés de l'adresse précise de leur siège social. L'indication d'un siège à Luxembourg, sans autre précision, ne répond pas aux prescriptions de la loi sur le registre du commerce et des sociétés. Le défaut d'inscription de l'adresse est sanctionné d'une amende à charge des responsables de la société jusqu'à 200.000.- francs (art. 3 al. 2 et 16 al. 2 du texte coordonné au 12.10.1987 sur le Registre).

Parquet économique de Luxembourg

## Nouvelle publication

# Aperçu sur la législation de la sécurité sociale

Le Ministère de la sécurité sociale et l'Inspection générale de la sécurité sociale viennent de présenter la nouvelle édition du «Aperçu sur la législation de la sécurité sociale». Cette édition, entièrement mise à jour, tient compte des modifications législatives intervenues jusqu'au 31 juillet 1998 (nombre indice applicable: 548,67).



Pour la consultation des différents textes indiqués il est renvoyé au recueil «La sécurité sociale – lois et règlements» publié en 1967 par le Ministère du Travail et de la Sécurité sociale et mis à jour jusqu'au 31 décembre 1996. Les références législatives non publiées dans le ledit recueil sont indiquées dans des notes en bas de page. En ce qui concerne les instruments internationaux, il est renvoyé au recueil «La sécurité sociale – réglementation internationale» où sont publiés les textes coordonnés au 31 décembre 1982.

Merkur 10-1998

## Entreprises affiliées à la Chambre de Commerce

Sur les pages suivantes nous reproduisons le relevé récapitulatif des ressortissants de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.

### 1. METHODOLOGIE

En vertu de la loi du 4 avril 1924 portant création de chambres professionnelles à base électorale, telle qu'elle a été modifiée par la suite, sont ressortissantes de la Chambre de Commerce:

- toutes les personnes physiques,
- toutes les sociétés commerciales, ainsi que
- toutes les succursales de sociétés étrangères établies au Grand-Duché,

exerçant une activité commerciale, financière ou industrielle et figurant au Registre de commerce.

Les entreprises revêtant un caractère à la fois commercial et artisanal sont ressortissantes de la Chambre de Commerce au titre de leur activité commerciale.

Comme le relevé, ayant servi à l'établissement du tableau statistique ci-dessous, sert essentiellement à la perception des cotisations de la Chambre de Commerce, il contient certaines entreprises ayant cessé leur activité, qui ne se sont pas encore acquittées de leurs cotisations, alors que des entreprises de création récente, auxquelles aucune cotisation n'a encore été réclamée, ne sont parfois pas encore enregistrées.

### 2. DEFINITIONS

#### **Entreprises:**

Toutes les personnes physiques et morales exerçant à titre principal ou accessoire une activité commerciale au Luxembourg ont été considérées. Cette classification, qui se base sur l'entité juridique, a notamment pour conséquence que des succursales d'entreprises luxembourgeoises ne sont pas considérées comme entreprises autonomes alors que les filiales appartenant à un même groupe sont traitées comme des entités distinctes.

#### **Localisation:**

L'adresse considérée est celle du siège administratif, c.-à-d. l'adresse à laquelle le courrier postal est expédié. Cette adresse peut différer de la localisation de l'exploitation principale.

#### **Classification par branche d'activité:**

Les entreprises ont été regroupées en fonction de leur **activité principale** selon la Nomenclature générale des activités économiques dans les Commu-

nautés européennes (N.A.C.E. 70). Cette méthode de regroupement ne tient pas compte d'autres activités de l'entreprise.

#### **Classification régionale des entreprises:**

La ventilation régionale des entreprises est basée sur la division du territoire en bureaux postaux. Le regroupement par canton et par région a exigé certains ajustements de moindre importance.

### 3. NOMENCLATURE

#### **Remarques préliminaires:**

1) La classification par branche d'activité utilisée se base sur la définition des 8 groupes électoraux de la Chambre de Commerce tels que prévus par la loi du 4 avril 1924 portant création de Chambres professionnelles à base électorale.

2) Le groupe «**Divers**» du tableau ci-dessous (activités non dénommées ailleurs) comprend certaines activités particulières ainsi que les entreprises dont l'activité précise n'a pas pu être déterminée.

#### **Groupe 1: Commerce de gros:**

**Codes N.A.C.E. 61 et 62.**

#### **Groupe 2: Commerce de détail et autres activités commerciales non spécialement dénommées:**

**Codes N.A.C.E. 63/64/65/67/68/69/7/83/84/85/9**

Activités consistant exclusivement ou principalement à vendre des marchandises en nom propre à des ménages ou à d'autres petits utilisateurs; cette rubrique contient également les intermédiaires de commerce et les entreprises de réparation affiliées à la Chambre de Commerce en raison de la nature commerciale d'une partie de leur activité.

#### **Groupe 3: Etablissements métallurgiques occupant régulièrement plus de 200 salariés ainsi que leurs comptoirs de vente:**

**Codes N.A.C.E. 22/3111/3112**

#### **Groupe 4: Banques:**

**Codes N.A.C.E. 81**

Banques et autres activités spécialisées dans le domaine financier.

#### **Groupe 5: Assurances:**

**Codes N.A.C.E. 82**

#### **Groupe 6: Etablissements d'hébergement:**

**Codes N.A.C.E. 665**

# 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

Wenn es um die Wohnung geht,  
finanzieren Sie mit BHW DISPO 2000 so flexibel,  
wie ihre Wünsche.



Sichern Sie sich  
bis 31.12  
Ihre Steuervorteile  
durch BauSparen

BHW  
DISPO 2000.  
Die große  
Freiheit  
beim Sparen  
und Bauen.



BHW • 5, rue Pierre d'Aspelt, L-1142 Luxembourg  
Telefon 44 88 44 - 1 / Fax 44 88 44 - 34

Die *SPUERKEESS*, die *CGFP* und die Berufsagenten  
der *LA LUXEMBOURGEOISE* sind die  
BHW Bausparpartner im Großherzogtum Luxemburg

**Groupe 7: Cafetiers et restaurateurs:**

**Codes N.A.C.E.**  
661/662/663/664/667

Alimentation, boissons, tabacs, textiles, bois, caoutchouc, matières plastiques, fibres artificielles ou synthétiques, chimie, matériaux de construction, bâtiment et génie civil, terres et pierres, minières, fondries et ateliers de construction, ainsi que les entreprises de toutes les autres branches industrielles non spécialement dénommées.

**Groupe 8: Petite et moyenne industrie:**

Ce groupe comprend les branches industrielles désignées ci-après:

**Codes N.A.C.E. 1/2/3/4/5**

**Chambre de Commerce - Répartition des ressortissants par groupe électoral -  
Situation au 01/06/98**

Branche d'activité	Total	Ville. de Lux	Lux. Camp.	Esch	Reste Sud	Centre	Ouest	Nord	Est
<b>Groupe 1: Commerce de gros</b>	<b>2037</b>	<b>851</b>	<b>261</b>	<b>53</b>	<b>239</b>	<b>111</b>	<b>170</b>	<b>173</b>	<b>179</b>
<b>dont:</b>									
<b>Machines pour l'industrie et le commerce</b>	<b>226</b>	107	29	2	27	7	16	11	27
<b>Matériaux de construction</b>	<b>194</b>	43	26	9	26	12	24	26	28
<b>Alimentation - Divers</b>	<b>109</b>	46	15	3	20	2	11	8	4
<b>Véhicules automobiles</b>	<b>100</b>	45	18	2	9	8	8	8	2
<b>Boissons</b>	<b>81</b>	26	9	1	7	6	9	11	12
<b>Acier</b>	<b>45</b>	19	4	1	7	2	2	3	7
<b>Matériel agricole</b>	<b>38</b>	2	8	0	1	10	8	6	3
<b>Agricoles - Matières premières</b>	<b>35</b>	10	2	0	2	4	4	10	3
<b>Combustibles liquides</b>	<b>18</b>	8	1	1	1	1	2	2	2
<b>Viandes</b>	<b>12</b>	4	0	2	3	0	1	0	2
<b>Groupe 2: Commerce de détail et autres activités commerciales non spécialement dénommées</b>	<b>12344</b>	6082	1185	465	1316	739	916	633	1008
<b>dont:</b>									
<b>Intermédiaires de commerce</b>	<b>1215</b>	640	115	25	108	70	92	72	93
<b>Conseil pour les affaires et la gestion</b>	<b>729</b>	484	64	10	24	18	54	34	41
<b>Transports routiers de marchandises</b>	<b>442</b>	93	48	19	91	22	64	44	61
<b>Agences immobilières</b>	<b>409</b>	169	57	20	53	19	39	17	35
<b>Magasin non spécialisé à prédominance alimentaire</b>	<b>257</b>	55	14	17	59	30	34	18	30
<b>Véhicules automobiles</b>	<b>236</b>	69	30	9	27	28	34	17	22
<b>Carburants</b>	<b>222</b>	22	18	4	57	15	32	19	55
<b>Autres services personnels</b>	<b>205</b>	100	21	10	28	7	22	6	11
<b>Livres, journaux et revues</b>	<b>131</b>	43	8	12	39	9	8	4	8
<b>Boissons</b>	<b>100</b>	13	10	3	17	5	13	9	30
<b>Chaussures</b>	<b>79</b>	20	6	11	12	7	5	7	11
<b>Transports routiers de voyageurs</b>	<b>32</b>	6	1	0	2	5	3	8	7
<b>Maroquinerie et articles de voyage</b>	<b>26</b>	6	5	3	5	2	0	2	3
<b>Motocycles et accessoires</b>	<b>25</b>	5	2	1	6	6	1	1	3
<b>Articles de papeterie et fournitures pour le bureau</b>	<b>24</b>	11	2	1	4	1	3	0	2

**Chambre de Commerce - Répartition des ressortissants par groupe électoral - Situation au 01/06/98**

Branche d'activité	Total	Ville. de Lux	Lux. Camp.	Esch	Reste Sud	Centre	Ouest	Nord	Est
<b>Tabac</b>	<b>17</b>	5	1	2	2	0	1	1	5
<b>Réparation de chaussures et d'articles en cuir</b>	<b>11</b>	6	2	1	1	0	0	0	1
<b>Appareils d'éclairage et d'équipements du foyer</b>	<b>8</b>	5	1	0	1	1	0	0	0
<b>Vêtements de confection (assortiment général)</b>	<b>2</b>	0	1	0	1	0	0	0	0
<b>Groupe 3: Etablissements métallurgiques occupant régulièrement plus de 200 salariés ainsi que leurs comptoirs de vente</b>	<b>23</b>	8	0	5	7	2	0	1	0
<b>Groupe 4: Banques</b>	<b>4632</b>	4263	120	7	62	21	70	34	55
<b>dont:</b>									
<b>Opérations financières</b>	<b>4035</b>	3745	88	7	54	19	57	29	36
<b>Banques universelles</b>	<b>225</b>	206	17	0	0	0	1	0	1
<b>Caisses rurales</b>	<b>35</b>	0	4	0	4	2	10	4	11
<b>Distribution de crédit</b>	<b>28</b>	21	6	0	0	0	0	0	1
<b>Groupe 5: Assurances</b>	<b>403</b>	337	48	0	3	2	6	1	6
<b>dont:</b>									
<b>Réassurances</b>	<b>285</b>	244	38	0	0	0	1	0	2
<b>Opérations directes d'assurances vie</b>	<b>82</b>	62	5	0	3	2	5	1	4
<b>Opérations directes d'assurances non-vie</b>	<b>36</b>	31	5	0	0	0	0	0	0
<b>Groupe 6: Etablissements d'hébergement</b>	<b>317</b>	68	18	10	9	36	17	66	93
<b>dont:</b>									
<b>Hôtels</b>	<b>291</b>	64	18	7	5	35	14	60	88
<b>Groupe 7: Cafetiers et restaurateurs</b>	<b>2297</b>	516	141	176	457	257	228	219	303
<b>dont:</b>									
<b>Débites de boissons sans spectacle</b>	<b>1560</b>	283	78	137	366	173	167	146	210
<b>Restaurants</b>	<b>611</b>	209	58	38	79	55	53	46	73
<b>Exploitation de terrains de camping</b>	<b>80</b>	2	0	0	2	25	6	25	20
<b>Discothèques, dancings et similaires</b>	<b>38</b>	19	2	1	10	3	1	2	0
<b>Cantines et restaurants d'entreprise</b>	<b>8</b>	3	3	0	0	1	1	0	0

<b>Chambre de Commerce - Répartition des ressortissants par groupe électoral - Situation au 01/06/98</b>									
<b>Branche d'activité</b>	<b>Total</b>	<b>Ville de Lux.</b>	<b>Lux. Camp.</b>	<b>Esch</b>	<b>Reste Sud</b>	<b>Centre</b>	<b>Ouest</b>	<b>Nord</b>	<b>Est</b>
<b>Groupe 8: Petite et moyenne industrie</b>	<b>1524</b>	466	157	79	230	134	163	112	183
<b>dont:</b>									
<b>Construction de bâtiments</b>	<b>274</b>	97	31	9	48	27	20	22	20
<b>Editions</b>	<b>54</b>	31	8	0	5	0	4	3	3
<b>Imprimeries de laueur</b>	<b>28</b>	9	2	2	6	1	2	1	5
<b>Fabrication de charpentes et menuiseries métalliques</b>	<b>19</b>	3	1	1	3	3	4	3	1
<b>Fabrication de plaques, feuilles, tubes et profilés plastiques</b>	<b>16</b>	1	3	1	4	0	3	1	3
<b>Fabrication de produits chimiques à usage industriel</b>	<b>11</b>	4	0	0	3	0	3	0	1
<b>Vin et boissons à base de vin</b>	<b>10</b>	0	0	0	0	0	0	0	10
<b>Fabrication d'éléments en béton pour la construction</b>	<b>8</b>	1	1	1	2	1	0	1	1
<b>Industrie des eaux et des boissons rafraîchissantes</b>	<b>2</b>	0	1	0	0	0	1	0	0
<b>Industrie du tabac</b>	<b>1</b>	1	0	0	0	0	0	0	0
<b>Fabrication de pneumatiques</b>	<b>1</b>	0	0	0	0	1	0	0	0
<b>Divers</b>	<b>267</b>	157	10	3	17	19	15	24	22
<b>Total des ressortissants</b>	<b>23844</b>	12748	1940	798	2340	1321	1585	1263	1849

<b>Légende:</b>		
Ville de Lux.	Ville de Luxembourg	
Lux. Camp.	Canton de Luxembourg moins ville de Luxembourg	
Esch	Ville d'Esch-sur-Alzette	
Reste Sud	Canton d'Esch-sur-Alzette moins ville d'Esch-sur-Alzette	
Centre	Cantons de Mersch et Diekirch	
Ouest	Cantons de Capellen et Redange	
Nord	Cantons de Clervaux, Wiltz et Vianden	
Est	Cantons d'Echternach, Grevenmacher et Remich	

## **La balance courante au premier semestre 1998**

### **Léger tassement de l'excédent courant**

Le Statec vient de publier les résultats de la balance courante du premier semestre de l'année 1998. Par rapport à la même période de l'année précédente l'excédent courant est en léger recul pour s'élever à quelque 32 milliards de LUF. La relative stabilité au niveau du solde est cependant la résultante de flux en très nette expansion du côté tant des recettes que des dépenses. Toutefois, certains soldes partiels ont connu des évolutions divergentes.

Le déficit commercial s'est légèrement résorbé (de quelque 3 milliards de LUF) à la suite de la forte expansion (+17%) des exportations de marchandises. Les très bonnes performances réalisées par les principales industries du Luxembourg au cours du premier semestre sont à l'origine de cette poussée.

Comme pour les flux de marchandises, l'on note également une expansion significative des échanges extérieurs de services. Alors que la valeur des recettes a augmenté de 14%, celle des dépenses a progressé de 24%. Compte tenu de cette évolution plus rapide des achats de services à l'étranger, l'excédent – qui reste toujours très important (42 milliards de LUF pour le premier semestre) – est en léger recul par rapport au résultat du premier semestre de l'année précédente. Ce fléchissement s'explique essentielle-

ment par une dépense croissante des services aux entreprises. En clair, les entreprises résidentes – toutes branches confondues – ont eu un recours plus prononcé à des services prestés par des entreprises étrangères. Il convient de noter, par ailleurs, la consolidation des excédents importants au niveau des services financiers et des communications.

La progression continue de l'emploi frontalier a généré un accroissement de la rémunération des salariés non résidents qui s'élève à quelque 42 milliards de LUF pour le 1<sup>er</sup> semestre. Le déficit du revenu du travail se chiffre à plus de 30 milliards de LUF, contre 26 milliards un an auparavant.

Le résultat net des revenus d'investissement dépasse légèrement le niveau de l'année précé-

dente. Cette évolution traduit la bonne performance du secteur bancaire au cours de la première moitié de 1998.

Au vu de l'évolution récente, l'activité de la place financière du Luxembourg ne devrait guère être affectée – au cours du second semestre de 1998 – par les perturbations de la crise financière internationale. Aussi le tassement dans l'industrie devrait-il être plus que compensé par la bonne tenue du secteur financier et par l'expansion des autres activités de services. Pour en savoir plus: Statec, 6, bd Royal, L-2449 Luxembourg, tél: 478-4268/4219, fax: 46 42 89, e-mail: statec.post@statec.etat.lu, http://www.statec.lu, Section: «Balance des paiements», M.Guy SCHULLER (Tél: 478-4271).

LIBELLE	Années						1er semestre					
	1996			1997 (1)			1997 (1)			1998 (1)		
	CRÉDIT	DÉBIT	NET	CRÉDIT	DÉBIT	NET	CRÉDIT	DÉBIT	NET	CRÉDIT	DÉBIT	NET
<b>Opérations courantes</b>	1785.4	1698.4	87.0	1974.1	1900.0	74.1	974.9	941.0	33.9	1082.2	1049.9	32.3
<b>Biens</b>	259.9	311.8	-51.9	308.5	374.8	-66.3	143.1	175.5	-32.4	167.0	196.0	-29.0
<b>Services</b>	283.5	206.9	76.6	334.9	252.1	82.8	160.3	114.0	46.3	183.1	141.1	42.0
<b>Revenus</b>	1189.6	1111.9	77.7	1278.8	1204.3	74.5	646.4	617.1	29.3	707.2	679.9	27.3
Rémunération des salariés	22.4	71.2	-48.8	22.8	78.8	-56.0	11.4	37.7	-26.3	11.7	41.9	-30.2
Revenu des investissements (2)	1167.2	1040.7	126.5	1256.0	1125.5	130.5	635.0	579.4	55.6	695.5	638.0	57.5
<b>Transferts courants</b>	52.4	67.8	-15.4	51.9	68.8	-16.9	25.1	34.4	-9.3	24.9	32.9	-8.0

(1) chiffres provisoires

(2) sans bénéfices réinvestis

## Emploi salarié

# +4.4% au premier semestre 1998

En moyenne semestrielle, le nombre de salariés occupés sur le territoire du Grand-Duché (incluant les frontaliers, mais excluant les fonctionnaires internationaux) progresse de 4.4% par rapport à l'année d'avant. Fin juin, ils sont 219.842, soit 5.0% de plus qu'à la fin du premier semestre 1997. Rappelons que les chiffres présentés se basent sur les affiliations à la Sécurité sociale.

Ce développement est toujours particulièrement dynamique chez les frontaliers (+ 9.5% en moyenne semestrielle), le nombre de salariés résidents s'accroissant de 2.2%. Si, chez les résidents, l'emploi féminin augmente plus rapidement que l'emploi masculin, le contraire peut être observé chez les frontaliers. Les taux d'accroissement afférents sont les suivants:

<b>Emploi salarié total:</b>	Hommes	+4.5%
	Femmes	+4.3%
<b>Résidents:</b>	Hommes	+1.8%
	Femmes	+2.7%
<b>Frontaliers:</b>	Hommes	+9.9%
	Femmes	+8.5%

En considérant le pays d'origine des frontaliers, il apparaît que les taux d'augmentation dépassent les 10% pour ceux originaires d'Allemagne (+10.4%) ou de France (+10.6%), alors qu'ils atteignent +7.0% pour ceux habitant la Belgique. Au milieu de 1998, la structure de l'emploi salarié se présente comme suit:

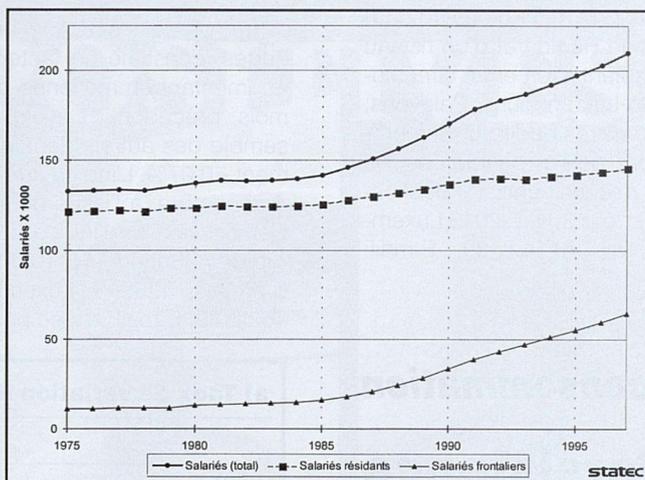
<b>Proportion de femmes:</b>	36.4%
<b>Proportion de frontaliers:</b>	32.4%

### Ventilation par pays d'origine des frontaliers:

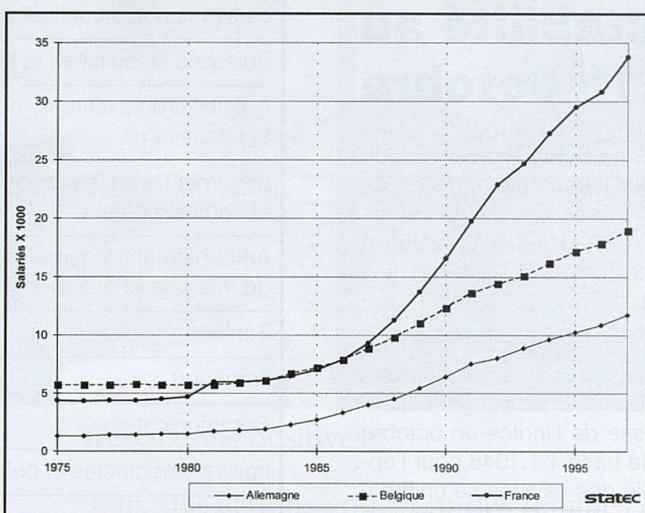
<b>Allemagne</b>	18.2%
<b>Belgique</b>	28.6%
<b>France</b>	53.2%

La publication «Indicateurs rapides série L» est disponible au Statec, b.p 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-4268 / fax 46 42 89, E-mail: statec.post@statec.etat.

## Emploi salarié



## Salariés frontaliers par pays de provenance



## La conjoncture au troisième trimestre de 1998

### La Commission européenne corrige ses prévisions vers le bas

Le STATEC vient de publier la Note de conjoncture N° 3/98, traitant de la situation économique telle qu'elle se présentait en octobre 1998. D'après la Commission de l'Union européenne (UE), qui a publié ses prévisions récemment, la croissance réelle du PIB de l'UE15 devrait être proche de 3% en volume en 1998. Pour 1999, il faudrait toutefois s'attendre à un fléchissement de l'activité économique en Europe, se traduisant par une croissance réelle de seulement 2.4%. En effet, la dégradation de l'environnement extérieur à l'UE entraînerait un ralentissement des exportations. Ainsi la poursuite de la reprise devrait reposer de plus en plus sur la demande intérieure (consommation des ménages et formation brute de capital fixe).

Pour ce qui est de la situation conjoncturelle du Luxembourg, l'année 1998 peut d'ores et déjà être considérée comme la meilleure - du point de vue macro-économique - depuis 1994. En effet, d'après les statistiques sur l'activité portant sur les trois premiers trimestres de 1998, la hausse du PIB devrait dépasser les prévisions initiales du STATEC, qui la situaient à quelque 4% en volume.

La forte expansion des activités économiques demande un volume de travail croissant, se concrétisant par une hausse de l'emploi salarié de plus de 4% en glissement annuel. Cette hausse de l'emploi semble par ailleurs contribuer à la résorption du volet conjoncturel du chômage. Celui-ci, sur base de la série révisée, devrait s'établir à 3.1% en 1998 contre 3.3% en 1997. Notons par ailleurs une inflation quasiment inexistante (taux prévisible pour 1998: 1.1%) en raison, surtout, du recul des prix pétroliers.

Ce numéro des Notes de conjoncture contient aussi une étude sur le chômage dans la Grande Région et ses conséquences sur l'économie luxembourgeoise. En se limitant aux régions avoisinantes d'où proviennent la majorité des frontaliers travaillant au Luxembourg, on compte quelque 200 000 chômeurs, correspondant à un taux de chômage de 9.4% en 1997.

La présence d'un réservoir de main-d'œuvre quasiment illimité dans la Grande Région et d'un niveau de chômage important semblent exercer un effet modérateur sur les salaires au Luxembourg. Relevons, dans ce contexte, que les salaires des frontaliers travaillant au Luxembourg, sont, ceteris paribus, de 8 à 10% inférieurs aux salaires des résidents. La publication est disponible au Statec, b.p 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-4268 / fax 46 42 89, E-mail: statec.post@statec.etat.lu.

## Prix à la consommation

# Persistance de la stabilité au 1<sup>er</sup> octobre

Après le léger recul du mois précédent, l'indice des prix à la consommation, établi par le STATEC, connaît au 1<sup>er</sup> octobre une progression du même ordre de grandeur, de +0.08%. L'indice se situe à 102.53 points au 1.10.1998 (base 100 en 1996), soit le niveau atteint déjà au mois d'août.

Le taux d'inflation sur 12 mois, qui avait évolué d'un maximum de 1.30% en mai à 0.66% en septembre, tombe à 0.48%. Le nouveau recul s'explique essentiellement par la forte hausse de l'indice en octobre 1997. L'indice raccordé à la base 1.1.1948 pour l'application de l'échelle mobile des salaires se chiffre à 587.27 points. La moyenne semestrielle atteint 586.65 points au 1.10.1998.

L'évolution de l'indice général au 1<sup>er</sup> octobre 1998 (+0.08 point) résulte d'incidences à la hausse assez prononcées des divisions «Articles d'habillement et chaussures» (+0.06 point) et «Logement, eau, électricité et combustibles» (+0.05 point), auxquelles se sont ajoutées celles, plus faibles, des fonctions «Loisirs, spectacles et culture» (+0.03 point) et «Enseignement» (+0.02 point). Des incidences à la baisse ont été constatées notamment pour les divisions «Transport» (-0.06 point) et «Produits alimentaires et boissons non alcoolisées» (-0.02 point). L'apport des autres divisions à l'évolution de l'indice général a été très faible ou nul.

Les biens et services ayant eu les plus forts impacts à la hausse sur l'indice ont connu des renchérissements de respectivement +5.2% (enseignement), +4.7% (pullover dames), +4.3% (combustibles liquides), +2.7% (sport et activités récréatives) et +2.6% (veste hommes). Du côté des incidences à la baisse, le recul du prix a été de -1.3% en ce qui concerne l'essence; des baisses variant de -0.1% à -0.6% selon la catégorie ont été constatées pour les voitures automobiles. Les réductions de prix les plus importantes ont été relevées pour des produits de moindre importance, comme les poissons frais (-4.6%), les succédanés de sucre (-4.5%) et le lait demi-écrémé (-3.2%).

Les produits pétroliers ont, dans une faible mesure certes, constitué un facteur inflationniste, leurs prix augmentant en moyenne de +0.23% par rapport au mois précédent. L'évolution constatée pour l'ensemble des autres biens et services a été de seulement +0.07%. L'indice au 1<sup>er</sup> novembre sera publié le 4 décembre, à l'issue de la réunion mensuelle de la Commission de l'indice. La publication (Indicateurs rapides – Série A1 N° 10/98) est disponible au Statec, b.p 304, L-2013 Luxembourg, tél. 478-4268/fax 46 42 89, E-mail: statec.post@statec.etat.lu.

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

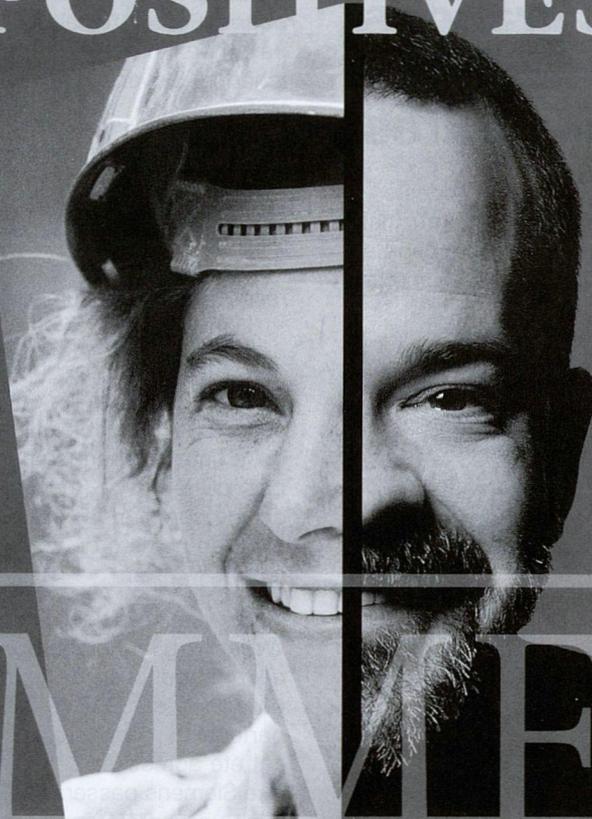
	oct. 98/oct.97	oct. 98/sept.98
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	+ 1.95%	- 0.14%
Boissons alcoolisées et tabac	+ 3.96%	- 0.25%
Articles d'habillement et chaussures	+ 1.20%	+ 0.49%
Logement, eau, électricité et combustibles	- 0.68%	+ 0.37%
Ameublement, équipement de ménage et entretien	+ 1.18%	+ 0.07%
Santé	+ 1.23%	- 0.23%
Transport	- 1.86%	- 0.37%
Communications	- 10.80%	- 0.28%
Loisirs, spectacles et culture	+ 1.53%	+ 0.20%
Enseignement	+ 9.97%	+ 5.19%
Hôtels, cafés, restaurants	+ 1.11%	+ 0.10%
Biens et services divers	+ 0.78%	+ 0.07%

### b) Principales incidences sur l'indice général par article

(exprimées en points indiciaires – base 100 en 1996 – par rapport au mois précédent):

en hausse	en baisse
Combustibles liquides (pondération 12.8%) +0.04 p.	Essence (pondération 27.8%) - 0.04 p.
Sport et activités récréatives (pondération 6.9%) +0.02 p.	Véhicules automobiles neufs (pondération 74.8%) - 0.03 p.
<b>en hausse</b>	
Pullover dames (pondération 3.7%)	+0.02 p.
Enseignement (pondération 3.4%)	+0.02 p.
Veste hommes (pondération 5.7%)	+0.02 p.

# ACTIONS POSITIVES



# FEMMES & HOMMES

## Des actions positives?

Oui, des actions en faveur des femmes dans votre entreprise. Vous en avez déjà réalisées? Ou vous avez des idées et comptez les mettre en pratique prochainement.

Alors, adressez-vous au Ministère de la Promotion Féminine.

Dans le cadre de la campagne "Actions Positives dans les entreprises", le Ministère accorde des subventions aux sociétés qui choisissent de mettre tout en œuvre afin d'accorder une place plus importante à leurs collaboratrices.

Pour plus de renseignements, demandez la brochure: "Femmes et hommes: potentiel humain de l'entreprise" et le "Guide de subventions pour actions positives".

## Tenté-e de participer?

Introduisez votre demande de subvention soit pour le 1<sup>er</sup> janvier 1999, soit pour le 1<sup>er</sup> juillet 1999.

**POUR DE PLUS  
AMPLES INFORMATIONS  
VEUILLEZ VOUS ADRESSER AU:**



**MINISTÈRE DE LA PROMOTION FÉMININE**

L-2921 Luxembourg

Tél.: 478 58 14 / Fax: 24 18 86

e-mail: Karin.Weyer@mpf.smtp.etat.lu

## Introduction de l'euro

# Les grandes entreprises entraînent les plus petites

Fortes de leur poids économique, les grandes entreprises du marché européen entraînent bon gré, malgré les petites et moyennes entreprises (PME) dans la course à l'euro, avec des stratégies plus ou moins douces.



Lors de la dernière table ronde organisée par la Commission européenne avec les milieux socioprofessionnels pour préparer l'introduction de l'euro au 1<sup>er</sup> janvier 1999, les responsables de grandes entreprises ont pu présenter leur plan de «basculement à l'euro», avec des conséquences directes pour fournisseurs et clients.

Ces stratégies sont plus ou moins graduelles. Le directeur chargé de l'euro du constructeur automobile General Motors n'a pas caché que l'efficacité et la rapidité du passage de l'entreprise à l'euro étaient considérées comme facteurs de compétitivité par rapport à la concurrence. Dans cette optique, les fournisseurs seront vivement incités à passer à l'euro dès le début, même s'ils n'y seront pas formellement obligés.

### Le passage à l'euro des fournisseurs de l'industrie automobile européenne

En Europe par contre, les constructeurs automobiles français, à savoir PSA, Peugeot, Citroën et Renault, et allemands c'est-à-dire BMW, Mercedes, Ford (marques Ford et Jaguar), GM (marques Opel et Vauxhall), Porsche et Volkswagen (marques Volkswagen, Audi, Seat et Skoda) viennent de publier un document unique dans lequel les règles de passage à l'euro qu'ils comptent suivre avec leurs fournisseurs sont recensées. C'est une première dans l'industrie européenne.

Ces règles sont applicables aux sites industriels des constructeurs précités, non seulement des pays de la zone euro (France, Allemagne, Belgique, Espagne, Portugal) mais aussi d'un certain nombre de pays hors zone euro (Grande-Bretagne, République tchèque, Slovaquie, Slovaquie).

Les fournisseurs concernés sont non seulement les grands équipementiers de première monte tels que Michelin, Bosch, etc., mais surtout de très nombreuses PMI-PME (en moyenne 20.000 par constructeur). En conséquence, plus de 100.000 entreprises des 11 pays de la zone euro sont directement intéressées par ce document.

L'examen des règles retenues par chaque constructeur montre qu'ils ont tous eu le souci de limiter au maximum les contraintes pour leurs fournisseurs (pas de double affichage sur les factures; choix de la date de changement de monnaie laissé, la plupart du temps – (maintien de l'homogénéité de la chaîne commande – facturation-règlement; changement de numéro de commande chez trois constructeurs).

Le vice-président de Siemens, Volker Schmidt-Wellenburg, a indiqué que son groupe avait préparé cette introduction de longue haleine par l'envoi de pas moins de 300.000 lettres de familiarisation à ses partenaires commerciaux dès 1997. 650.000 autres ont été adressées cette année pour leur faire savoir que Siemens passerait à l'euro le 1<sup>er</sup> octobre 1999 et avait une «préférence» pour que leurs transactions suivent ce calendrier. Siemens a également lancé une grosse campagne de communication – CD-Rom à l'appui – pour préparer cette échéance.

Une entreprise comme Elf-Aquitaine qui commande tout un réseau de pompistes se devait d'adopter une politique d'adaptation unifiée. Au 1<sup>er</sup> janvier 1999, même si les prix unitaires resteront libellés sur les pompes dans les monnaies nationales, des affichages et factures devront mentionner le prix en euro. «En vue de l'euro, il a donc fallu lancer dans et hors de l'entreprise une vaste politique de formation et d'information sur les problèmes comptables, informatiques et sociaux», a déclaré son responsable euro. Il a mentionné le «traumatisme du diviseur» qui risquera de frapper les salariés dont la rémunération dans la plupart des pays européens apparaîtra nominale plus faible (6, 5 fois moins en France, 40 fois moins en Belgique et au Luxembourg).

Pour un géant informatique comme IBM, le passage à la monnaie unique tout comme celui dans le troisième millénaire entraînent de vastes marchés. Et expliquent que le constructeur informatique a réalisé il y a six mois un sondage révélant que 20% seulement des PME européennes étaient pleinement conscientes des problèmes. Mais son responsable chargé des PME a souligné qu'outre cet aspect commercial, son entreprise avait le souci d'offrir son assistance «pour former les formateurs». Cet effet d'entraînement prévisible est donc une raison de plus pour les PME, notamment luxembourgeoises, de se préparer activement à cet événement historique.

---

**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) 43 58 53 • Fax. (352) 43 83 26 • Télèx: 60174 CHCOM LU

Expédier par EMS,  
c'est prendre le temps de vitesse.



Quand chaque seconde compte, vous pouvez vous fier à EMS. Car vos colis et lettres seront toujours enlevés et livrés



à l'heure en toute sécurité. Rapidité, fiabilité, ponctualité: tout le sérieux  
de la Poste est dans EMS. **SI ÇA PRESSE, C'EST POUR EMS.**



## Positionspapier der „Confédération des Classes Moyennes“

### Eine Mittelstands- politik für das 21. Jahrhundert

In der Vergangenheit haben die drei repräsentativen mittelständischen Berufsorganisationen aus Handel, Handwerk und Hotel- und Gaststättengewerbe, die „Confédération du Commerce Luxembourgeois“, die „Fédération des Artisans“ und die „Horesca“, bereits gemeinsam Programme zur Mittelstandspolitik verfaßt, welche den politischen Parteien bei der Ausarbeitung ihrer Wahlprogramme Anregungen liefern und die Forderungen der mittelständischen Unternehmen darstellen sollten.

Nun liegt unter dem Namen „Eine Mittelstandspolitik für das 21. Jahrhundert“ ein Positionspapier vor, das insofern eine Premiere ist, als es das erste

Mal ist, daß die „Confédération des Classes Moyennes“ sich direkt mit einem Mittelstandsprogramm an die Politik richtet. Die „Confédération des Classes Moyennes“ ist 1996 aus der Idee heraus geboren worden, daß die drei Berufsorganisationen eine ganze Reihe gemeinsamer Sorgen und Forderungen haben und daß die politische Arbeit entsprechend vereinfacht und rationalisiert werden kann. Dies gilt insbesondere für die Mittelstandspolitik.

Aus diesem Grunde ist der Herausgeber des Programms denn auch die „Confédération des Classes Moyennes“, welche die „Confédération du Commerce Luxembourgeois“, die „Fédération des Artisans“ und die „Horesca“ zusammenschließt. Es ist klar, daß über das gemeinsame Mittelstandsprogramm hinaus die jeweiligen Organisationen weitere sektorspezifische Anliegen haben, welche in diesem Positionspapier jedoch nicht angegangen werden sollen.

Die Verfasser dieses Positionspapiers hoffen, daß sich Politiker und Parteien mit den verschiedenen Thesen auseinandersetzen können und hoffen darüber hinaus, einen konstruktiven Beitrag geleistet zu haben im Sinne einer ansprechenden Mittelstandspolitik. Das Positionspapier kann bei der „Confédération du Commerce luxembourgeois“ über Tel. 43 94 44 angefordert werden.



Confédération des  
CLASSES MOYENNES

### Eine Mittelstandspolitik für das 21. Jahrhundert

Positionspapier der  
„Confédération des Classes Moyennes“

## 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

**SYNERGY 2000** ☎ 33 07 10  
☎ 33 29 87

Gestion d'Entreprise Intégrée ☎ Info@microdata.lu

MicroData Helmsange

www.microdata.lu



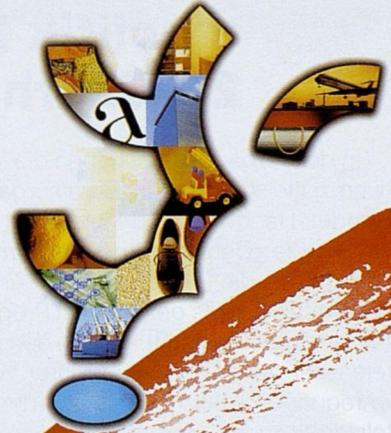
## Salon **EUROPARTENARIAT** **España 1998**

### Un grand succès pour la délégation luxembourgeoise

Les 12 et 13 novembre derniers s'est déroulée à Valence en Espagne la 19<sup>e</sup> édition du «Salon Mondial de l'Entreprise»: EUROPARTENARIAT. L'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg avait réussi à mobiliser pour cet événement 17 petites et moyennes entreprises industrielles et commerciales. La délégation luxembourgeoise était composée de PME-PMI de différents secteurs:

1. BATIROYAL S.à r.l. (construction / matériaux de construction / céramiques / bois et ameublement)
2. BETAVI S.à r.l. (services)
3. CERAMETAL S.à r.l. (métallurgie)
4. Commercial Intertech S.A. – Astron Building Systems (bâtiment)
5. Compagnie Fiduciaire Luxembourg S.A. (services)
6. DATAGEST S.à r.l. (services)
7. ECO PLUS S.à r.l. (métal – mécanique et biens d'équipement)
8. FONT ELEC – Etude et Installations (matériaux de construction)
9. FUTURADENT (médical / dentaire)
10. NO-NAIL BOXES Europe S.A. (emballage industriel)
11. P.M.B. S.à r.l. (industrie chimique et plastique / matériaux de construction / métal-mécanique et biens d'équipement / bois et ameublement / services)
12. ROBIN S.A. (industrie chimique et plastique)
13. SCHILTZ ARCHITECTES-INGENIEURS S.A. (services)
14. SDS Software Development Services S.A. (services / informatique)
15. Taxis Gillet Express (transports)

  
**Europarteneriat**  
**España 1998**  
Valencia, 12 et 13 novembre 1998



### **LIST OF THE LUXEMBOURG DELEGATION**

Une initiative de la Commission européenne

16. Vosschemie Maritim Systems Trading (produits chimiques / matériaux de construction / métal-mécanique et biens d'équipement / bois et ameublement)
17. WYNS-BRISTOL (industrie chimique et plastique).

Près de 32.000 prises de contact ont eu lieu durant ces 2 journées à Valence. Pour les entreprises luxembourgeoises, plus de 178 rendez-vous individuels ont





été planifiés préalablement à la manifestation, et d'innombrables contacts spontanés supplémentaires avec les entreprises visiteuses ont, en plus, pu se faire au cours des deux journées de rencontres de ce carrefour européen. D'après les premiers témoignages recueillis auprès des membres de la délégation luxembourgeoise, 30 à 40% des rendez-vous déroulés pourront se révéler prometteurs pour l'avenir et générer de véritables contrats de coopération à moyen et long terme.

Ainsi, pour la délégation luxembourgeoise, la manifestation «EUROPARTENARIAT España 1999» a, en général, laissé un sentiment de satisfaction et de réussite tout en ayant permis de rencontrer des entreprises espagnoles très innovantes et compétitives et de nouer des premiers contacts d'affaires très intéressants.

La liste détaillée de la délégation luxembourgeoise comprenant une description détaillée du profil de coopération de chaque entreprise participante est disponible sur demande auprès de l'Euro Info Centre-Luxembourg PME / PMI – Chambre de Commerce.

## Les 10 et 11 mai 1999 à Vienne

# EUROPARTENARIAT Autriche 1999

En 1999 l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI-Chambre de Commerce continuera, dans son rôle de conseiller national pour le Grand-Duché de Luxembourg, la promotion des salons EUROPARTENARIAT ainsi que la préparation des chefs d'entreprise luxembourgeois à leur participation active à ces journées de contacts à l'étranger.



Le premier EUROPARTENARIAT de l'année 1999 se déroulera les 10 et 11 mai 1999 à Vienne en Autriche où 457 entreprises autrichiennes de 13 secteurs d'activité différents se présenteront pour parler «partenariat» avec des chefs d'entreprise venus de plus de 80 pays différents. A ces entreprises-hôtes viendront s'ajouter 120 PME en provenance des pays PHARE (Bulgarie, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Hongrie, République tchèque).

Dans cette perspective, l'«EUROPARTENARIAT Autriche 1999» constituera une occasion unique pour construire des liens d'affaires internationaux avec les pays de l'Europe de l'Est. Grâce à sa localisation centrale et sa proximité géographique, l'Autriche se présentera comme un GATEWAY assurant un accès optimal au marché potentiel de ces pays.

## En automne 1998 à Potsdam

# EUROPARTENARIAT Brandenburg 1999

Le 2<sup>e</sup> EUROPARTENARIAT de l'année 1999 se déroulera en automne 1999 à Potsdam-Brandenburg, région allemande ayant beaucoup à offrir. En effet, depuis 1990, plus de 80.000 nouvelles entreprises ont été créées. Des entreprises hautement qualifiées des secteurs industriels les plus divers – biotechnologie, électronique, pharmaceutique, métallurgie, ingénierie, bois et technologies des médias – se présenteront comme des partenaires actifs pour nouer des contacts fructueux à travers toute l'Europe et le monde entier. 300 entreprises-hôtes en provenance du Brandenburg ainsi que plus de 100 entreprises-hôtes de Berlin seront représentées à cette occasion.

Il est à noter que l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce organisera au

cours de l'exercice 1999 pour chacun des deux salons EUROPARTENARIAT annoncés des séances d'information et de préparation qui s'adresseront à tous les chefs d'entreprise qui recherchent des relations d'affaires à l'échelle interrégionale et internationale et qui désirent tirer pleinement profit des opportunités offertes par le nouvel espace économique européen.

## Euro Regio Partners '98 à s'Hertogenbosch et Euro Regio Partners '99 à Sarrebruck

Parallèlement aux salons EUROPARTENARIAT, l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce a aussi participé activement à l'organisation du salon industriel de la coopération «EURO REGIO PARTNERS '98» qui s'est déroulé à s'Hertogenbosch au Sud des Pays-Bas les 3 et 4 novembre 1998. La délégation luxembourgeoise était composée de 16 entreprises différentes, dont notamment:

1. BETAVI S.à r.l. (services)
2. ELECTRICITE MARANI RENE (électricité générale)
3. ELECTROLUX S.à r.l. (électricité et électronique)
4. ELECTRONIX S.à r.l. (électricité et électronique)
5. ELSER TRANSPORTS S.à r.l. (transports)
6. ERIN S.A. (technologies de l'information)
7. ICOE INTERNATIONAL S.A. (informatique / traitement des données)



8. ITECH S.à r.l. (technologies de l'information / conseil en configuration informatique)
9. JEAN-LUC STEPHANY (services)
10. KO-KEN EUROPE S.A. (commerce de gros de machines-outils)
11. LUXCAD-Computer Aided Technologies (informatique)
12. LUX SUPPLIES S.à r.l. (informatique)
13. NO-NAIL BOXES Europe S.A. (emballage industriel)
14. RESPONSE / PHONE AND MAIL (activités informatiques: traitement de données / activités des banques de données)
15. TAXIS GILLET EXPRESS (transports)
16. Vosschemie Maritim Systems Trading (produits chimiques / matériaux de construction / métal-mécanique et biens d'équipement / bois et ameublement)

Deux autres entreprises luxembourgeoises ont participé au salon en tant que visiteurs. Au total, 161 rencontres ont eu lieu.

La manifestation «EURO REGIO PARTNERS» s'inscrit dans le cadre du programme communautaire INTERPRISE qui vise à favoriser des contacts entre petites et moyennes entreprises à travers l'organisation de bourses d'affaires sectorielles orientées vers les besoins précis exprimés par les petites et moyennes entreprises.

Après la manifestation EURO REGIO PARTNERS organisée à Luxembourg en 1996 et aux Pays-Bas en 1998, la 3<sup>e</sup> édition de ce salon industriel de la coopération internationale se déroulera les 24 et 25 juin 1999 à Sarrebruck où se rencontreront des chefs d'entreprise en provenance des pays suivants: Allemagne, Belgique, France, Luxembourg, Pays-Bas, Ecosse, Danemark.

Le secteur économique retenu par les organisateurs du salon portera sur les technologies de l'information et de la communication en relation avec toutes les activités informatiques et connexes.

Pour en savoir plus sur nos manifestations futures, ou sur l'une en particulier, veuillez renvoyer la présente demande à l'Euro Info centre-Luxembourg PME/PMI - Chambre de Commerce en cochant la case correspondante:

## LES PROGRAMMES EUROPARTENARIAT & INTERPRISE EN 1999

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

- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur le salon Europartenariat Autriche 1999.
- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur le salon Europartenariat Brandebourg – East West Gateway 1999.
- Je suis intéressé(e) à être invité(e) aux séances d'information et de préparation qui seront organisées sur les salons Europartenariat 1999.
- Je suis intéressé(e) à obtenir des informations supplémentaires sur le salon industriel de la coopération internationale «EURO REGIO PARTNERS '99» à Sarrebruck.
- 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.

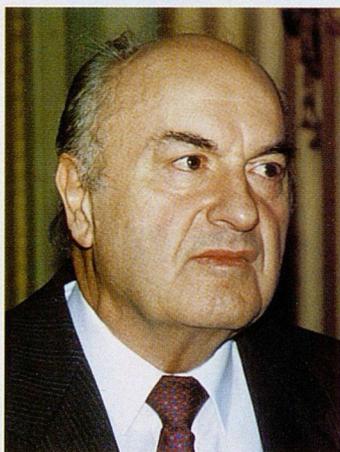


**Euro Info Centre Luxembourg PME/PMI – Chambre de Commerce**

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

### Luxguard S.A.

## Le président directeur général Ferdinand Kohn part en retraite



Monsieur Ferdinand Kohn, président directeur général du Groupe Luxguard S.A., part en retraite. Ferdinand Kohn, né en 1928, avait créé en 1965 l'atelier «Glas-center» qui a pu élargir ses activités tout au long des années 70. Lorsque les grandes sociétés productrices de verre plat

ont mis en 1977 un terme à leur collaboration avec l'atelier luxembourgeois, Ferdinand Kohn a conçu les premiers plans pour la construction d'une usine de production de verre plat au Grand-Duché. Quatre ans plus tard, en 1981, a été entamée la construction des usines Luxguard I et LIFT (Luxguard International Floatglas Transportation). Les deux projets furent réalisés dans la zone industrielle de Bascharage. Peu avant la construction de Luxguard II à Dudelange en 1988, Ferdinand Kohn créa la société CRVC (Centre de recherche sur le verre et la céramique). En 1992 une nouvelle usine vit le jour à Grevenmacher, la Guardian Automotive. En cette même année Ferdinand Kohn devint président directeur général du groupe Luxguard-Guardian. Durant les dernières années, le groupe a ajouté différents produits transformés comme le miroir, le verre de sécurité trempé, le verre de sécurité feuilleté ou le verre à couches dans le programme de base des usines Luxguard I et II. Le programme de Guardian Automotive a été élargi sur différentes marques de voiture comme General Motors, Opel, Audi, VW et Citroën.

### 73<sup>e</sup> Foire internationale de Luxembourg

## Plus de 70.000 visiteurs confirment la relance

Dans le contexte d'une concurrence qui s'avère de plus en plus agressive, la Foire internationale de Luxembourg, plate-forme d'information et de communication ainsi qu'événement économique par excellence au centre d'une des principales régions industrielles de l'Union européenne, a démontré une nouvelle fois qu'elle représente un important marché interrégional et international.

Tout comme les années précédentes, les principaux accents de la Foire d'automne, prioritairement orientée vers les biens d'investissement et de consommation durables, étaient les techniques de la maison, l'ameublement et la décoration, l'outillage et l'équipement des petites et moyennes entreprises.

L'innovation était le thème principal du programme de la Foire d'automne '98. Les stands avaient comme thème cette année «La maison intelligente» ou, dans une terminologie plus scientifique «la domotique». Sur plus de 1.700 m<sup>2</sup>, 21 entreprises luxembourgeoises, spécialisées dans le domaine, présentaient les techniques de gestion automatisée appliquées à l'habitat. Si la société de l'information et de la communication a depuis longtemps fait son entrée sur le lieu de travail, elle ne s'arrêtera dorénavant plus devant notre lieu d'habitation. Domicile et informatique se sont associés et ont donné naissance à un concept original qu'est la domotique.

La Fédération Luxembourgeoise de l'Ameublement présentait, avec la collaboration de 23 grandes entreprises, la «galerie de l'ameublement» sur une surface de 2.600 m<sup>2</sup> de stands dans le hall 2. Avec cette importante participation à la Foire d'automne, les participants de la Fédération luxembourgeoise des négociants en ameublement voulaient conseiller avant tout les consommateurs tout en tenant compte de l'exigence et de l'évolution des tendances dans ce domaine.

Merkur 10 • 1998

**Recyclage des emballages de vos produits,  
vous tournez en rond?**



**Pour vous y retrouver,  
passez-nous un coup de fil au 37 00 06-20.**



**Le règlement grand-ducal du 31.10.98 concernant les emballages et les déchets d'emballages vous oblige à partir du 01.01.99 à collecter, trier et recycler les emballages de vos produits. Oui, vous oblige.**

**Mais, rassurez-vous, vous pouvez choisir un intermédiaire qui se chargera de la reprise à votre place, Valorlux asbl.**

**Valorlux est un organisme qui coordonne et assure pour vous le développement des collectes sélectives, du tri et du recyclage des emballages usagés au grand-duché de Luxembourg.**

**Contactez-nous au 37 00 06-20. Ensemble, nous ferons le point.**

**VALORLUX**<sup>ASBL</sup>

Dans le hall 1, Renault qui fête en 1998 un siècle d'innovations, de passion automobile, de dynamisme technique, industriel, commercial et sportif présentait une exposition historique d'automobiles sous le thème «Renault, moteur d'idées depuis 100 ans». Les consommateurs y découvraient aussi sur le stand de la société CETREL le nouveau porte-monnaie électronique 'mini-cash' qui sera opérationnel à partir de février 1999. Ils pouvaient s'y familiariser avec le 'mini-cash' sur les nouveaux terminaux-'chargeurs' de la carte électronique.

Avec plus de 70.000 visiteurs – ce qui représente une augmentation de quelque 16% par rapport à la Foire d'automne de 1997 – la 73<sup>e</sup> Foire Int. de Luxembourg présente un bilan encourageant et confirme la relance des investissements par les consommateurs dans la presque totalité des secteurs de produits présentés. Lors de l'enquête effectuée le dernier jour de la Foire d'automne auprès des exposants, plus de deux tiers affirment avoir pleinement confiance quant aux résultats réalisés pendant cette foire et qu'ils se concrétiseront dans un avenir rapproché.



**COLAS & LANG**

---

CONSEILS COMPTABLES ET FISCAUX

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

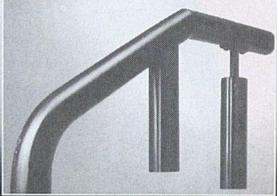
metallic design

IDEEN IN METALL

MEISTERWERKSTATT

**ELEGANZ  
IN EDELSTAHL**

**Forden  
Sie unseren  
Prospekt an!**



Schöndorfer Str. 35a • 54292 Trier  
Tel.: (0651) 9 91 13 93 • FAX: (0651) 9 91 13 94  
e-mail. metallic\_design@t-online.de

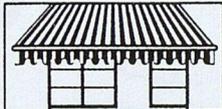
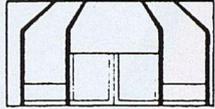
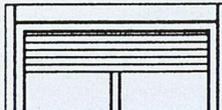
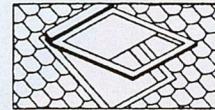
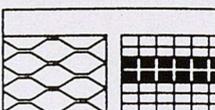
**DEVIS GRATUIT**



**Becker + fils**

Succ. Becker Ernest



<input type="checkbox"/>  Marquisen	<input type="checkbox"/>  Veranda - Marquisen
<input type="checkbox"/>  Fensteren - Rollueden	<input type="checkbox"/>  Rollueden fir Daachschrëifensteren
<input type="checkbox"/>  Storen	<input type="checkbox"/>  Gitter + Paarten

■ **MIR BAUEN ÄER ROLLUEDEN OP „ELEKTRESCH“ ËM**

Nom: ..... Prénom: .....

Adresse: ..... Code Postal: .....

Localité: .....

*15, rue Maximilien • B.P. 52 • L-6463 ECHTERNACH*

*Tél: 72 97 37 • Fax: 72 97 36*

## Marché audiovisuel

# Cinquième édition de «Television Key Facts»

Pour la 5<sup>e</sup> année consécutive, le Comité Marketing International du groupe IP propose son «Television Key Facts», véritable ouvrage de référence sur le média TV. Le «Television Key Facts» se distingue par l'exhaustivité de son approche. 29 pays européens y sont traités, avec le Japon et les USA en miroir, re-

présentant au total plus de 450 stations de télévision. Outil entièrement mis en oeuvre par les acteurs proches du média TV, le «Television Key Facts» combine à la fois une description du paysage télévisuel de chacun des pays analysés et des chapitres de fond sur les tendances générales de l'offre et de la demande en matière de télévision. Via ce document, le groupe IP, premier opérateur européen d'espace publicitaire et représentant notamment les chaînes de la CLT-UFA, entend illustrer son expertise sur une scène audiovisuelle en perpétuelle métamorphose.

Avant toute base de données impressionnante, le «Television Key Facts» dresse un profil d'un paysage télévisuel européen qui se veut le plus complet possible. L'édition 1998 y recense pour chaque pays: Une rétrospective des événements qui ont émaillé l'année télévisuelle précédente; un descriptif général de sa démographie, son économie et son équipement; un aperçu global de l'offre TV; des données sur le comportement de vision; les parts de marché des différentes chaînes sur différentes cibles; les principaux programmes par chaîne et par genre et des données chiffrées sur le paysage publicitaire.

Le «Television Key Facts» présente également une analyse transnationale de ces différentes données, permettant de tirer des informations clés sur les tendances observées sur le vieux continent en matière d'évolution télévisuelle. Cette année, cette analyse se répartit sur 2 différents chapitres.

Le premier de ces chapitres met l'accent sur les tendances générales observées au cours de ces dernières années. La seconde partie transnationale pro-

pose, pour la première fois, une analyse approfondie de quelques situations télévisuelles qui méritaient un développement complémentaire. Bien d'autres enseignements sont proposés dans le «Television Key Facts». Contact IPL: Steve Schmit, responsable Marketing IPL, téléphone: 44 70 70-1, fax: 44 19 19.

## Anniversaire

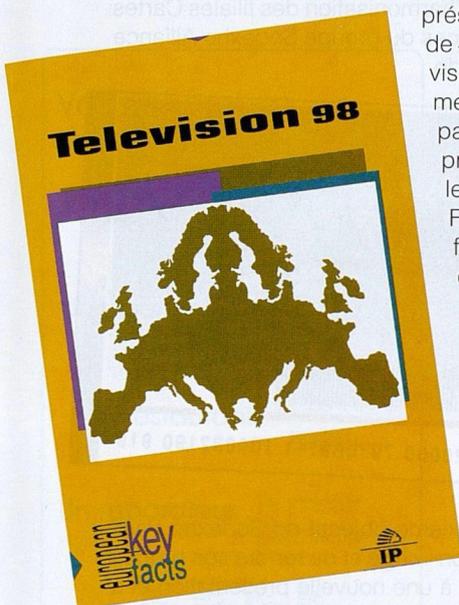
# La Compagnie des Mines et Métaux NIZI S.A. fête ses 100 ans

La plus ancienne société de service luxembourgeoise spécialisée dans le commerce international de matières premières destinées à l'industrie métallurgique fête son centenaire. Fondée en 1898 à Luxembourg avec le sigle NIZI, l'entreprise N. Zimmer-Maroldt se développa en société anonyme le 11 septembre 1923, à l'initiative du fondateur Nicolas Zimmer et son ami Georges Brasseur, sous le nom de Compagnie des Mines et Métaux S.A.

Aujourd'hui, en 1998, elle poursuit l'accomplissement de sa vocation sous le même sigle NIZI qu'il y a cent ans et fait partie du Groupe Tinfos, importante industrie électrométallurgique norvégienne. Pendant un siècle NIZI s'est forgé une solide réputation auprès des clients, fournisseurs et partenaires commerciaux du monde entier. Etablie au coeur de l'Europe en pays multilingue, la compagnie a contribué à l'établissement de relations de confiance entre industriels francophones, germanophones et anglophones de nombreux pays.

Elle a rapproché un très grand nombre d'industriels producteurs de matières premières, des innombrables métallurgistes susceptibles d'utiliser ces matières en sidérurgie, en fonderie ou en industrie des non-ferreux. Ainsi NIZI a assisté les uns dans la commercialisation efficace de leurs produits et les autres dans l'approvisionnement judicieux de matières de qualité.

En 1998, ce rôle de distributeur efficace de matières premières aux consommateurs finaux est centré sur trois secteurs: les ferro-alliages, les fontes et les métaux. Les principaux marchés de NIZI sont la France et les pays du Benelux, mais des contacts étroits se sont établis au cours des ans dans la plupart des pays d'Europe de l'Ouest et de l'Est ainsi que sur les autres continents.



## Téléphonie mobile

# LUXGSM dépasse les 100 opérateurs en roaming international

Le réseau LUXGSM des P&T Luxembourg vient de franchir le cap des 100 opérateurs accessibles en roaming international. L'ouverture du roaming avec des opérateurs aux Etats-Unis d'Amérique (côte nord-est / sud-est de la Floride), en République populaire de Chine (Pékin), en Malaisie et à Malte a été annoncé récemment. Le nombre total d'opérateurs partenaires est ainsi porté à 105.

Les abonnés LUXGSM en déplacement à l'étranger peuvent ainsi être connectés automatiquement à un réseau étranger dans 59 pays sur tous les continents. Dans la grande majorité de ces pays, si leur appareil le permet, les clients ont même le choix entre plusieurs opérateurs, quelle que soit la bande de fréquence utilisée localement (900MHz, 1800mhz, 1900mhz ou une combinaison de ces fréquences).

Grâce à un contrat de roaming international signé récemment, le système de télécommunication planétaire par satellite IRIDIUM deviendra lui aussi sous peu accessible aux clients du réseau LUXGSM. A noter qu'aux USA, le roaming international n'est possible qu'avec des appareils GSM 1900 ou multibande. P&T Luxembourg entend introduire de nouveaux appareils et facilités (GSM 1800) qui pourront également être utilisés sur les réseaux associés. Afin d'offrir aux abonnés LUXGSM un maximum de facilités, P&T Luxembourg ouvrira prochainement le roaming avec d'autres opérateurs étrangers, notamment aux Etats-Unis d'Amérique.

## Thiel & Partner S.à r.l.

# Neuer Lagerstandort in Grevenmacher

Thiel & Partner S.à r.l. ist seit Jahren in Sachen Spedition und Logistik in Grevenmacher aktiv. Als Umschlags- und Lagerstandort wird bis dato das Haus Thiel & Partner Trier GmbH angefahren. Angrenzend an das bisherige Verwaltungsgebäude baut Thiel & Partner S.à r.l. einen dreistöckigen Bürokomplex mit einer Lager- und Umschlagshalle. Die 11 Meter hohe Lagerhalle wird von Commercial Intertech S.A. Astron Building Systems errichtet. Neben gemeinsamen Transport- und Logistikprojekten mit Commercial Intertech S.A. wurden auch über 100 000 qm Lagerfläche mit Astron Building Systems in der Thiel & Partner Unternehmensgruppe bereits realisiert. Thiel & Partner S.à r.l. verfügt nun in Grevenmacher über eine Lagerkapazität von 8 000 Pal.- Stellplätzen und einer Bürofläche von insgesamt 3 000 qm.

## Restauration

# Chèque-Repas S.A. devient Sodexho Pass S.A.

Au 1<sup>er</sup> novembre 1998 la société Chèque-Repas Luxembourg a changé de dénomination et adopté officiellement le nouveau nom de Sodexho Pass S.A. En fait, l'entreprise bien connue des gourmets luxembourgeois a toujours été filiale du groupe français Sodexho Alliance et ce, depuis sa création, il y a plus de 10 ans. Ce changement de nom et d'image répond d'abord à un souci d'harmonisation des filiales Cartes et Chèques de Services du groupe Sodexho Alliance partout dans le monde.



Le deuxième objectif de Sodexho Pass est de moderniser son image et de rendre son produit plus convivial grâce à une nouvelle présentation et à de nouvelles couleurs.

Plus de 3.000.000 chèques sont émis annuellement par Sodexho Pass à Luxembourg. La nouvelle image de Sodexho Pass ne modifie en rien ce produit bien connu des 17.000 utilisateurs quotidiens de chèques-repas, si ce n'est que ces bénéficiaires ne vont désormais plus recevoir des chèques-repas, mais bien des Pass Repas.

Outre leur nouvelle couleur bleue, les nouveaux Pass Repas de Sodexho Pass comprenant également plusieurs innovations intéressantes: double indication de la valeur en francs luxembourgeois et en euros (à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1999), ainsi que de multiples sécurités visibles et invisibles qui garantissent l'authenticité du Pass (dont l'hologramme infalsifiable «SP»).

Autres acteurs concernés: plus d'un millier de restaurants affiliés au réseau. Ils arboreront désormais un nouvel autocollant «noeud papillon», symbole de la restauration de qualité (l'ancien autocollant vert disparaît des vitrines au cours du mois de novembre 1998). Pour les 7.000 sociétés clients de Sodexho Pass, le message transmis par cette nouvelle identité est clair: le logo Sodexho Pass surmonté de 5 étoiles traduit, d'une part, le côté international du groupe (présent sur les cinq continents) et d'autre part, l'image d'un service de qualité offert par une équipe à Luxembourg qui se veut proche des clients.

# SurfTel

VOTRE SOLUTION INTERNET

## Vous cherchez...

Un garage... Auto...  
Moto...

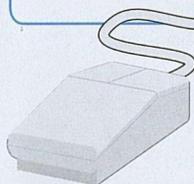
Une banque... Placement...  
Prêt...

Un restaurant... Chinois...  
Italien...

Un réparateur... Plombier...  
Electricien...

Etc... Etc... Etc... Etc...

... D'un clic  
vous trouvez



Votre présence sur le marché luxembourgeois et international, toute l'année, et ce par le biais du plus actuel des médias de masse:

## INTERNET

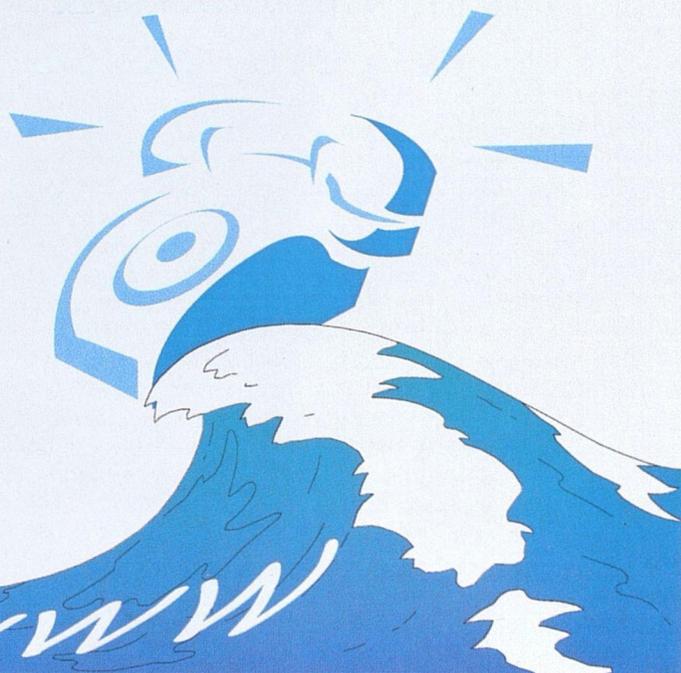
Ce support vous offre une vaste gamme de possibilités pour promouvoir vos produits, vos services et votre image de marque.

Internet n'est plus seulement l'outil de communication du futur, c'est déjà celui du présent.

Alors n'hésitez plus, contactez-nous pour de plus amples renseignements.



SURFTEL est un produit de Delta-Systems





## Savoir conseiller

Etre la banque de milliers d'entreprises de tous horizons et de tous métiers depuis de longues décennies a permis à la Banque Générale du Luxembourg d'offrir un conseil adapté aux exigences des marchés et des activités les plus spécifiques.

Première banque universelle du Grand-Duché, la Banque Générale du Luxembourg s'engage aux côtés des PME, les assiste et les guide dans la gestion de leurs ressources financières, dans l'accomplissement de leurs projets.

Partenaire actif de l'industrie, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales, la Banque Générale du Luxembourg privilégie une approche personnalisée de chaque métier, un encadrement attentif de chaque projet, pour bâtir ensemble un avenir prospère.



**BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG**

BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG S.A., 50, AVENUE J.F. KENNEDY,  
L-2951 LUXEMBOURG, TÉL.: (352) 42 42-1

<http://www.bgl.lu>