



## Cargolux-Kollektivvertrag: Durchbruch in Sichtweite

Die Verhandlungen wurden ohne Ergebnis unterbrochen, dann jedoch fortgesetzt. Seite 16

## Lotus pourrait courir sans Renault en 2016

Gerard Lopez affirme qu'il n'est pas loin de boucler le budget pour une saison de Formule 1. Page 16



## LuxLeaks et accès aux documents: pas de blocage

**Luxembourg.** Dans sa réponse à une question parlementaire de députés déi gréng s'inquiétant que le Luxembourg n'obstrue le travail de la Commission spéciale Taxe, le ministre des Finances, Pierre Gramegna, a rassuré ses partenaires de coalition. «Le vendredi 13 novembre, tous les Etats-membres ont marqué leur accord pour permettre un accès des membres de la Commission aux documents sollicités du Code de conduite, dans leur version intégrale, sans aucun noircissement», fait savoir le ministre DP. En revanche, ces documents ne pourront être consultés que dans une salle sécurisée «sans possibilité d'en permettre la duplication», est-il précisé. La Commission «Taxe» du Parlement européen a été créée en février à la suite du scandale LuxLeaks pour faire la lumière sur les libertés fiscales permises aux grandes entreprises en Union européenne. Ses membres se sont régulièrement plaints de n'avoir eu accès aux échanges entre les Etats et la Commission européenne entre 2010 et 2015. (pso)

## Cybercriminalité: les attaques augmentent

**Luxembourg.** Le nombre de cyberattaques recensées a progressé de 38 % en 2015 mais les budgets consacrés à la sécurité des entreprises n'ont augmenté «que» de 24 %. Alors que les cyber-risques deviennent des préoccupations majeures des comités exécutifs, les dirigeants repensent leurs pratiques en matière de cybersécurité et utilisent une large gamme de technologies innovantes qu'ils font coexister pour réduire les risques. Les entreprises traditionnelles ne sont plus les seules victimes des cybercriminels, a indiqué Vincent Villers, associé et Cybersecurity Leader chez PwC Luxembourg, qui a ouvert la conférence annuelle de cybercriminalité. Parmi les victimes, on retrouve des entreprises informatiques, des médias et - comble de l'ironie - des hackers. «L'augmentation du nombre d'objets du quotidien connectés - il atteindra plus de 30 milliards d'ici 2020 - est inquiétante. L'internet des objets multiplie les risques», a aussi avancé l'associé de PwC dans son intervention. (C.)

593 entreprises luxembourgeoises ont le label «Made in Luxembourg»

# Un gage d'origine et de qualité

Luxlait, Bofferding, Cactus: les entreprises les plus souvent citées

PAR THIERRY LABRO

**91 nouvelles entreprises ont reçu le label «Made in Luxembourg» hier soir à la Chambre des métiers, à l'occasion des journées de la création, du développement et de la reprise d'entreprises. Les étudiants en BTS gestionnaire en commerce et marketing ont présenté les résultats d'une étude qui confirme le poids croissant du label sur les comportements des consommateurs. Surtout dans l'alimentaire.**

Plus de trente ans après sa création, le label «Made in Luxembourg» est connu par un peu plus d'une personne sur deux (54,80 %), interrogée dans le cadre de l'enquête des étudiants de l'Ecole de commerce et de gestion.

Il l'est beaucoup plus par les Luxembourgeois (69,18 %) que par les autres résidents (dans l'ordre belges, portugais et allemands). Et surtout par les 40-49 ans et nettement moins chez les jeunes de moins de 25 ans et chez les plus de 65 ans.

Près de neuf personnes interrogées sur dix qui connaissent le label l'ont reconnu immédiatement, signe que le logo est bien identifié. Et trois sur quatre citent une entreprise qui est effectivement labellisée.

Dans cette enquête réalisée auprès de 834 personnes en une semaine, les consommateurs asso-



(PHOTO: CHRIS KARABA)

**91 entreprises ont reçu le label «Made in Luxembourg».**

cient ce label d'abord à une garantie sur l'origine du bien ou du service, puis à une garantie de qualité. A l'inverse, le label ne semble jouer que peu de rôle dans la confiance ni dans l'image de l'entreprise.

### Plus important pour l'alimentaire que pour le textile

Plus de trois consommateurs sur quatre répondent pourtant que l'origine du produit est importante. Surtout dans le domaine alimentaire, réponse citée trois fois plus souvent que le textile, six fois plus que les chaussures ou que les voitures. Une personne sur deux indique que le label influence son achat (58,32 % pour les femmes et 41,68 %) pour les hommes et sensiblement la même proportion (54,70 %) accepterait de payer plus cher pour des produits labellisés. Les femmes et les personnes âgées sont les catégories qui y sont les plus sensibles.

Le label, relancé il y a un an à l'occasion de son trentième anniversaire, fait l'objet d'une remise officielle, deux fois par an, comme l'a rappelé le directeur général de la Chambre des métiers, Tom Wirion, hier soir, en présence de la coordinatrice de la promotion de l'image de marque du Luxembourg, Tania Berchem, et du directeur général de la Chambre de commerce, Carlo Thelen.

«Nous connaissons les valeurs liées au Luxembourg: dynamisme, fiabilité, confiance et ouverture. Ce sont des informations importantes pour nos entreprises, qui peuvent en tirer profit au Luxembourg ou à l'étranger. Et il paraît évident que les entreprises sont très intéressées de savoir comment porter ces valeurs dans le cadre de la stratégie nationale», a aussi dit M. Wirion.

Près de six cents entreprises portent désormais le label avec les certifications de 91 nouvelles en-

treprises hier soir et non des moindres, comme les Caves Bernard-Massard, Bétons et matériaux ou encore Paul Wagner et fils.

Le label touche aussi des entreprises dans tous les secteurs d'activité, aussi bien de la bijouterie que de l'alimentation, de la communication et des médias, de la rénovation de bâtiments ou de la construction métallique.

Pour l'obtenir, une entreprise doit pouvoir justifier de la dimension luxembourgeoise de son produit ou de son service et remplir une sorte de questionnaire en quatre étapes qui prend moins de dix minutes à partir du site internet. Il faut alors de une à deux semaines aux deux chambres pour décider de leur réponse et de délivrer le label contre un règlement de 150 euros pour une durée de cinq ans.

Le site de Made in Luxembourg  
<http://www.made-in-luxembourg.lu/>

### A qui profite le label?

401 entreprises ont été citées par les personnes qui ont répondu au sondage dont 330 qui ont effectivement le label. Les plus fréquemment citées sont:

1. Luxlait	107 fois
2. Bofferding	29
3. Cactus	27
4. Diekirch	21
5. Namur	16
6. Oberweis	14
7. Luxair	13
8. Moutarderie	10
9. Vinsmoselle	10
10. Rosport	9

## Optimisez votre épargne

et bénéficiez des déductions fiscales prévues par la loi<sup>1</sup> !

A la BCEE, constituer une épargne et réduire sa charge fiscale vont de pair. Souscrivez les 4 produits qui vous permettront de faire d'une pierre deux coups : S-PENSION, BHW, lalux-Safe Cover et lalux-Study Cover !

Demandez conseil auprès de votre agence BCEE et simulez le montant maximal que vous pouvez déduire de votre revenu imposable annuel sur [www.bcee.lu](http://www.bcee.lu) !

<sup>1</sup> Au sens de l'art. 111 L.I.R.

Banque et Caisse d'Épargne de l'Etat, Luxembourg, établissement public autonome, 1, Place de Metz, L-2954 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg B 30775 [www.bcee.lu](http://www.bcee.lu) tél. (+352) 4015-1



**SPUERKEESS**  
Äert Liewen. Är Bank.