

MARS 2012

MERKUR

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

www.cc.lu



L'intégration des étrangers comme moteur de croissance



■ INTERNATIONAL

Le Luxembourg à l'affiche
du MIPIM à Cannes



■ ECONOMIE

Mieux comprendre l'économie avec
le nouveau blog du chef économiste
de la Chambre de Commerce

Exclusivité BCEE

RETURN ON INVEST!

Exclusivité pour voyageurs d'affaires : gagnez 1,5 Mile de prime par euro dépensé avec la carte, et remplissez votre compte de Miles plus rapidement!



NOUVEAU A LA BCEE : MASTERCARD BUSINESS MILES & MORE LUXAIR

- réservée aux voyageurs d'affaires
- 1,5 Mile de prime par euro dépensé avec la carte
- 10 000 Miles de prime comme bonus de bienvenue
- davantage de Miles de prime sur les vols Luxair* et auprès des autres partenaires Miles & More : sur présentation de la carte de membre Miles & More et grâce au paiement par la carte de crédit
- services d'assurance exclusifs
- et bien plus encore**

**Souscrivez dès maintenant et bénéficiez
d'avantages attrayants!**

Infos sur www.miles.lu,
souscription dans votre agence BCEE

**Décision rapide récompensée : jusqu'à 250 € de
remise sur votre prochain vol Luxair***



SPUERKEESS

Äert Liewen. Är Bank.

L'importance de l'apport de l'étranger et des étrangers au développement de l'économie luxembourgeoise

Dans le contexte actuel de crise économique et sociale en Europe, il est important de mettre en exergue l'importante contribution étrangère au succès économique luxembourgeois. Dans la nouvelle édition de son bulletin économique «Actualité & tendances», dont nous reproduisons un résumé dans le dossier de cette édition du «Merkur», la Chambre de Commerce propose quelques jalons pertinents de réformes pour renforcer la cohésion sociale et la capacité d'intégration du pays, et ce pour assurer que l'apport socio-économique des étrangers trouve son juste contrepoint au niveau politique.

Alors qu'il existe maintes façons d'approcher l'influence étrangère sur notre microcosme socio-économique, les quelques chiffres phares ci-après soulignent l'ampleur du phénomène:

- 43 % des habitants du Grand-Duché n'en sont pas citoyens. Les autochtones, plus âgés, font apparaître un solde naturel négatif. Seuls le solde migratoire et le solde naturel positif des étrangers, plus jeunes, font que le Luxembourg ne subit pas de déclin démographique.
- Plus de trois salariés et créateurs d'entreprises sur quatre sont des ressortissants étrangers. Le nombre d'emplois a doublé sur les 20 dernières années, le travail frontalier progressant de 450 % au cours de cette période.
- La part du commerce extérieur dans le PIB dépasse celle de la consommation des ménages résidents. Les investissements directs étrangers ont atteint la somme vertigineuse de 114 milliards USD en 2010, soit 2,8 fois la richesse produite.
- La somme des bilans des banques atteint 770 milliards EUR et les OPC gèrent des actifs nets de l'ordre de 2.200 milliards EUR, soit 55 fois la valeur du PIB.

Indépendamment de l'angle d'approche, le profil socio-économique du pays fait ressortir une importante contribution transfrontalière, sans laquelle l'économie nationale serait dans l'incapacité de remplir sa fonction de base. En l'absence d'une économie performante et rayonnante bien au-delà de ses frontières, le Luxembourg n'aurait pas pu se doter d'un des systèmes redistributifs des plus généreux au monde, dont bénéficient en premier lieu les résidents.

Depuis les balbutiements de l'industrialisation, la disponibilité d'une main-d'œuvre transfrontalière et l'attraction de capitaux et de savoir-faire étrangers sont largement à la base du succès économique et du niveau de vie élevé du Luxembourg. Si ces différents flux migratoires se distinguent par leur ampleur et par le statut social des personnes immigrées, un trait commun est perceptible: l'écrasante majorité des étrangers présents aujourd'hui sur le territoire sont des citoyens européens. Or, cette immigration a davantage été portée et facilitée par la libre circulation des travailleurs au sein du marché unique que par un volontarisme politique national particulièrement proactif.

Les réformes posées par la loi du 23 octobre 2008 sur la nationalité luxembourgeoise, et notamment l'introduction du principe général de double nationalité et d'un droit du sol de deuxième génération, ralentiront l'internationalisation de la composition de la population, sans pour autant l'endiguer. Il est évident que le pays doit se préparer à d'importantes réformes afin de pouvoir garantir la cohésion ordonnée et démocratique entre les autochtones, peut-être bientôt en situation minoritaire, et les étrangers.

Or, le Luxembourg ne pourra, et ne devra, pas se fixer pour objectif de vouloir «intégrer» tout et chacun de ses nombreux ressortissants étrangers. Le Luxembourg doit opter pour un modèle d'intégration qui suggère le caractère mutuellement complémentaire des différentes communautés ethniques, qui peuvent garder une identité propre tout en s'intégrant dans notre mosaïque sociale. Notre pays doit optimiser sa «capacité d'intégration» et se montrer «ouvert» vis-à-vis des étrangers. Enfin, il doit optimiser les chances d'une intégration réussie des étrangers en proposant un cadre qui soit cohérent et propice à cette fin. Il faut souligner le rôle fondamental que joue l'école aux fins de l'intégration des non-luxembourgeois. La bonne intégration des enfants est en effet la meilleure garantie d'une intégration réussie de leurs familles.

Finalement, nous devons faire preuve d'une grande ouverture d'esprit. La mentalité propice à l'inertie et à la défense myope d'acquis de tous genres doit être brisée et nous devons nous rendre à l'évidence que, sans les ressources transfrontalières, notre pays cesserait tout simplement d'exister.



DOSSIER

- 4 Actualité & tendances n° 12: L'intégration comme moteur de croissance de l'économie luxembourgeoise**



FLASH

- 16 Visite de Daniel Calleja Crespo, envoyé spécial de la Commission européenne pour les PME**

DOSSIER

- 4** L'intégration comme moteur de croissance de l'économie luxembourgeoise

FLASH

- 14** La Chambre de Commerce rend hommage au ministre de l'Economie sortant pour son engagement en faveur du développement économique du pays
- 16** Visite de Daniel Calleja Crespo, Envoyé Spécial de la Commission européenne pour les PME
- 16** Françoise Folmer élue femme cheffe d'entreprise de l'année
- 17** Séminaire d'échanges de bonnes pratiques avec les CCI allemandes
- 18** Visite de S.E. M. Robert A. Mandell, ambassadeur des Etats-Unis
- 18** Geert Muylle, directeur général auprès du ministère des Affaires étrangères du Royaume de Belgique, est reçu à la Chambre de Commerce
- 19** S.E. M. Jean-Vincent Zinsou, ambassadeur de la Côte d'Ivoire à Bruxelles, est accueilli à la Chambre de Commerce
- 19** Visite de S.E. M. Arturo Avello Diez del Corral, ambassadeur d'Espagne
- 20** Deux nouveaux partenaires rejoignent le réseau b2fair
- 20** Visite de Consiglio Di Nino, sénateur canadien
- 22** Visite de S.E. Mme Mirtha Maria Hormilla Castro, Ambassadeur de Cuba
- 22** Arne Rössel neuer IHK-Hauptgeschäftsführer in Koblenz
- 23** L'Ambassadeur de Chine au Luxembourg met les femmes à l'honneur

INTERNATIONAL

- 24** 2012, année du Dragon
- 24** Calendrier mars – juin 2012
- 25** Le Luxembourg à l'affiche du MIPIM à Cannes
- 26** Rencontres industrielles Lorraine – Nord Pas de Calais – Belgique – Luxembourg
- 27** Business Day with the Luxembourg Trade and Investment Offices
- 27** Wirtschaftsdelegation nach Berlin und Hannover
- 28** Official mission to Canada
- 30** Cycle de conférences «Fit4Fairs: Stratégies pour une participation réussie aux salons professionnels à l'étranger» – 1^{er} volet: Stratégie, Planification & Financement
- 31** BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires
- 33** Textes européens publiés du 11 janvier au 28 février 2012

FORMATION

- 34** Fit4Commerce: une nouvelle initiative pour l'emploi
- 35** Formation professionnelle: plus de jeunes, mieux formés
- 38** Une nouvelle structure fondée sur l'acquisition des compétences
- 39** Décorateur: une profession qui demande des compétences artistiques, techniques et commerciales
- 42** Programme de formation avril – mai 2012
- 43** Remise des diplômes VAE
- 43** Cactus ehrt seine Lehrlinge
- 44** Conférence sur les «grands enjeux de la globalisation au 21^e siècle»

- 46** Konferenz über betriebliches Kontinuitätsmanagement
- 47** Près de la moitié des salariés du secteur privé concernés par le cofinancement public de la formation en entreprise
- 48** Diplôme de Master 2 en poche pour 60 professionnels
- 49** First Stone Ceremony of the new ISL Lower School Building

INNOVATION

- 50** Quand la génération Y débarque en entreprise ... Les bons réflexes du management intergénérationnel
- 52** Paroles de Mentors
- 54** L'entreprise familiale – un concept, deux mondes?
- 57** Concours GENIAL 2012: c'est parti!
- 58** Eviter les pesticides: protéger la nature et le milieu aquatique

ECONOMIE

- 60** La confiance des entrepreneurs luxembourgeois entamée
- 62** Ifo World Economic Climate Brightens Slightly
- 63** «Le Luxembourg dans la Grande Région: quelle stratégie industrielle dans le contexte économique actuel?»
- 65** Le Luxembourg échappe à une mise en garde formelle
- 66** Quelle charge fiscale pour les entreprises luxembourgeoises?
- 67** Mieux comprendre l'économie avec le nouveau blog du chef économiste de la Chambre de Commerce
- 67** Sensibilisation des professionnels du secteur de l'énergie



INTERNATIONAL

25 Le Luxembourg à l'affiche du MIPIM à Cannes

68 Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise

74 Logistique: le Luxembourg a une carte à jouer

LEGISLATION & AVIS

76 Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce

77 Un projet simplifié de gestion administrative pour les crèches et maisons relais au Luxembourg

78 L'International Estate and Inheritance Tax Guide 2012 vient de paraître

78 Une simplification administrative pour les vigneron luxembourgeois

79 Renseignements à fournir par les entreprises

79 L'Europe peut mieux faire

80 2,5 milliards d'euros pour stimuler la compétitivité de 2014 à 2020

80 Découvrez l'administration en ligne grâce aux formations

FEDERATIONS/UDEL

82 Un contrat de vente européen en ligne de mire? Une initiative audacieuse

83 Donnons une réelle chance au libre choix

84 De nouveaux membres au comité

84 Mehrwert für Marketers auf beiden Seiten der Mosel

GRAND ENTRETIEN

86 "I didn't want to disappoint anyone"

INFO ENTREPRISES

88 Cactus et Yellow.lu grands vainqueurs de l'Awards Night

INNOVATION

50 BusinessMentoring: quand la génération Y débarque en entreprise ... Les bons réflexes du management intergénérationnel

88 En bref

89 Croissance et profitabilité satisfaisantes pour AXA Luxembourg

90 Digicash décroche le prestigieux prix du jury

90 Ketterthill ouvrira en 2013 un laboratoire d'analyses sur le site de Belval

92 Orange poursuit sa croissance sur le marché résidentiel et professionnel

93 Groupe Utopia: Luxempart cède sa participation

93 Arthur Welter goes green

Tourisme

94 Tourismuswerbung im Einzugsgebiet Luxemburgs

LES 100 VISAGES DE LA CDC 96

Editeur:

Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg
Tél.: 42 39 39-1
Fax: 43 83 26
E-mail: merkur@cc.lu
homepage: www.cc.lu

Paraît 10 fois par an

Tirage: 35.000 exemplaires
Reproduction autorisée
avec mention de la source.
Copie à l'éditeur

Rédaction:

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

Mise en page et impression:

Imprimerie Centrale S.A.

Conception graphique:
rose de claire, design.

Couverture:

lola

Crédit photographique:

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

Publicité:

Imprimerie Centrale
Service Régie, Bureaux:
15, rue du Commerce
L-1351 Luxembourg
Tél.: (+352) 40 36 10-1
Fax: (+352) 40 36 10-228
E-mail: regie@ic.lu
www.ic.lu

Les articles publiés et signés n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs et ne reflètent pas forcément l'opinion de la Chambre de Commerce, qui ne peut donner aucune garantie expresse ou implicite sur l'exactitude, l'exhaustivité, la véracité, l'actualité, la pertinence ou la fiabilité des informations figurant dans le Merkur.



 Actualité & tendances n° 12

L'intégration comme moteur de croissance de l'économie luxembourgeoise

Dans la 12^e édition de son bulletin économique «*Actualité & tendances*», la Chambre de Commerce analyse l'importante contribution étrangère au succès économique luxembourgeois et propose quelques jalons pertinents de réformes pour renforcer la cohésion sociale et la capacité d'intégration du pays, et ce pour assurer que l'apport socio-économique des étrangers trouve son juste contreponds au niveau politique. Le dossier du mois propose un résumé des principales analyses, idées et recommandations de la nouvelle édition d'«*Actualité & tendances*».

A lors qu'il existe maintes façons d'approcher l'influence étrangère sur notre microcosme socio-économique, les quelques chiffres phares ci-après soulignent l'ampleur du phénomène:

- 43 % des habitants du Grand-Duché n'en sont pas citoyens. Les autochtones, plus âgés que les étrangers, font apparaître un solde natu-

rel négatif. Malgré cette évolution, le rythme de croissance démographique est plus de sept fois supérieur à la moyenne européenne. Seuls le solde migratoire et le solde naturel positif des étrangers, plus jeunes, font que le Luxembourg ne subit pas de déclin démographique.

- Plus de trois salariés et créateurs d'entreprises sur quatre dans le sec-

teur marchand sont des ressortissants étrangers. Le nombre d'emplois a doublé sur les 20 dernières années, le travail frontalier progressant de 450 % au cours de cette période. Entre 2004 et 2009, seulement 7 % des nouveaux emplois créés ont été occupés par des Luxembourgeois. Par conséquent, 93 % des emplois l'ont été par des résidents

étrangers et des frontaliers. Le réservoir de main-d'œuvre autochtone est largement épuisé et la contribution étrangère est plus que jamais nécessaire pour pérenniser le modèle socio-économique luxembourgeois.

- Le commerce extérieur pèse autant dans le PIB que la consommation des ménages résidents. Les investissements directs étrangers ont atteint la somme vertigineuse de 114 milliards USD en 2010, soit 2,8 fois la richesse produite, et la consommation totale des non-résidents sur le territoire a représenté 3,1 milliards EUR en 2009, soit 8,1 % du PIB.
- La somme des bilans des banques atteint presque 800 milliards EUR et les OPC gèrent des actifs nets de l'ordre de 2.200 milliards EUR, soit 55 fois la valeur du PIB.

Indépendamment de l'angle d'approche, le profil socio-économique du pays fait ressortir une importante mainmise transfrontalière, sans laquelle l'économie nationale serait dans l'incapacité de remplir ne serait-ce que ses fonctions de base. Or, en l'absence d'une économie performante et rayonnante bien au-delà de ses frontières, le Luxembourg n'aurait pas pu se doter d'un des systèmes redistributifs les plus généreux au monde, dont bénéficient en premier lieu les résidents.

■ 1. Le Luxembourg, une société en mouvement au rythme des flux migratoires

Depuis les balbutiements de l'industrialisation, la disponibilité d'une main-d'œuvre transfrontalière et l'attraction de capitaux et de savoir-faire étrangers sont largement à la base du succès économique et du niveau de vie élevé du Luxembourg. Aux phénomènes migratoires économiques et saisonniers se sont progressivement ajoutés les migrations familiales, frontalières et celles des travailleurs et des fonctionnaires internationaux hautement qualifiés. Si ces différents flux migratoires se distinguent par leur ampleur et par le statut social des personnes immigrées, un trait commun est perceptible: l'écrasante majorité des ressortissants étrangers pré-

sents aujourd'hui sur le territoire sont des citoyens européens. Or, cette immigration a davantage été portée et facilitée par la libre circulation des travailleurs au sein du marché unique que par un volontarisme politique national particulièrement proactif.

Avec une part d'étrangers dans la population d'environ 43 %, le Luxembourg se situe largement au-dessus de la moyenne de l'UE évaluée à 6,2 %. Vu le phénomène migratoire soutenu et la croissance naturelle dynamique de la population étrangère, cette dernière pourrait d'ailleurs dépasser la population autochtone dès le tournant de la décennie 2020, c'est-à-dire demain à l'échelle du temps démographique. Les réformes posées par la loi du 23 octobre 2008 sur la nationalité luxembourgeoise, et notamment l'introduction du principe général de double nationalité et d'un droit du sol de deuxième génération, ralentiront l'internationalisation de la composition de la population, sans pour autant l'endiguer. Il paraît évident que le pays doit se préparer à d'importantes réformes afin de pouvoir garantir la cohésion ordonnée et démocratique entre les autochtones, peut-être bientôt en situation minoritaire, et les étrangers.

■ 2. Une ouverture économique indispensable au bien-être du Luxembourg

Le Luxembourg dispose du degré d'ouverture économique de loin le plus important de l'Union européenne. L'ouverture lui a permis de croître plus rapidement que la moyenne européenne et que la seule vigueur du marché national – même aidée par l'immigration soutenue – ne l'aurait permis: «*Le Luxembourg a ainsi réussi à avoir un taux de croissance digne d'un pays en rattrapage*¹». L'ouverture envers les facteurs de production exogènes a également rendu possible la genèse d'un des systèmes de protection sociale les plus généreux du monde. Et ce n'est que l'ouverture qui a permis, jusqu'à présent, de sauver ce monument «*de la faillite*»².

À l'important métissage de la population s'ajoutent la dynamique et la com-

position de la force de travail. En 2010, sur 100 salariés, 29 étaient Luxembourgeois, 27 des résidents étrangers et 44 des frontaliers. Au-delà des chiffres bruts, il faut souligner la fragmentation du marché du travail: certaines branches sont aujourd'hui quasiment dépourvues de travailleurs indigènes (la construction, le secteur HORECA et les activités immobilières notamment), alors que dans d'autres, le ratio des effectifs de nationalité luxembourgeoise dépasse largement le ratio moyen national (notamment dans le secteur public et d'autres secteurs abrités). Parmi les travailleurs autochtones, immigrés et frontaliers, ce sont bien ces derniers qui sont les plus nombreux. Abstraction faite du secteur public, les frontaliers sont désormais bien représentés dans l'ensemble des branches. Dans certains secteurs, comme l'industrie, le commerce et le secteur financier, ils sont même majoritaires. Par ailleurs, leurs profils de formation et de qualifications sont hétérogènes, la moitié seulement pouvant être considérée comme peu qualifiée.

Du côté de l'entrepreneuriat, quelque 75 % des créateurs d'entreprises sont non-nationaux. Ce constat, qui mérite une analyse approfondie, revêt des enjeux forts, voire des dangers pour un développement économique qui se voudrait endogène ou piloté de l'intérieur des frontières nationales et plus indépendant des évolutions externes. En ce qui concerne la création d'entreprises très innovantes, sur une cinquantaine constituées entre 1998 et 2010 dans le cadre de l'incubateur d'entreprises «Technoport Schlassgoart», moins de 10 % ont été créées par des Luxembourgeois. Le Grand-Duché dépend donc fortement des étrangers, non seulement dans le contexte de l'emploi salarié, mais également dans le cadre du travail indépendant et de la création d'entreprises.

L'importante mixité, au niveau de la population et du marché de travail, est une caractéristique clef du cadre socio-économique et, en même temps, elle constitue un défi quant à la cohésion sociale: une véritable intégration des immigrés et des frontaliers au sein de la société luxembourgeoise revêt une importance cruciale.

¹ L. FONTAGNE, «Compétitivité du Luxembourg : après la bulle», février 2010

² Voir, à cet égard, l'article du même nom de R. Kieffer dans «Asti 30+ Migrations, recherches, engagements», 2010

■ 3. Intégration, langues, représentation et accès au secteur public – les chantiers

3.1. Nationalité luxembourgeoise: la volonté d'intégration trouve-t-elle un cadre légal à la hauteur?

L'histoire socio-économique du pays est étroitement liée aux flux migratoires ainsi qu'aux investissements initiés depuis l'étranger. Or, cet apport des étrangers trouve-t-il un juste contre-poids politique et ces derniers peuvent-ils facilement «officialiser» leur attachement à la nation en adoptant la nationalité luxembourgeoise? La Chambre de Commerce constate qu'en dépit d'une tendance vers davantage d'ouverture en la matière, le cadre légal au niveau de la nationalité se caractérise également par des retours en arrière injustifiés (p.ex. le passage récent du délai de résidence minimal de 5 à 7 ans au titre de la naturalisation).

La conception moderne définit une nation comme une «association de personnes, unies par des liens contractuels, manifestant ainsi leur volonté de vivre sous les mêmes lois³». La nation naît de la volonté et de la libre adhésion aux principes d'une communauté politique. Cette conception valorise la volonté des individus de vivre ensemble, dans un même pays, et de participer à un projet commun de société. Elle ne présuppose pas que l'ensemble des membres de la nation soient des résidents de souche, descendants eux-mêmes d'autochtones. Ainsi, un étranger qui opte pour la résidence au pays et qui s'y intègre, notamment via le travail et la vie associative, a le même droit d'appartenir à la nation qu'un ressortissant de souche, et ce même en ne maîtrisant pas l'ensemble des langues reconnues au Luxembourg. Les différentes langues devraient permettre plusieurs angles d'intégration, avec la langue luxembourgeoise constituant un vecteur d'intégration et de cohésion important sans pour autant devant former un obstacle insurmontable («*Eis Sprooch: eng Bréck, keng Barrière*»).

56 % des étrangers se déclarent désireux d'adopter la nationalité luxembourgeoise. Parmi eux, 82 % déclarent vouloir conserver leur nationalité d'origine; un véritable plébiscite pour la double nationalité. Ce potentiel natu-



ralisable de plus de 120.000 personnes pourrait faire gonfler le stock de nationaux de presque 40 % par rapport à la situation actuelle. Si, entre 1990 et 2008, il y a eu moins de 800 naturalisations par an, ces chiffres ont littéralement explosé en 2009 et 2010, pour concerner plus de 8.000 personnes sur 2 ans. Il s'agit d'une conséquence de l'entrée en vigueur, au 1er janvier 2009, du cadre légal plus attrayant en matière d'accès à la nationalité.

3.2. Le régime des langues de 1984: un encadrement dépassé par les réalités du pays

La loi du 24 février 1984 sur le régime des langues se trouve au cœur de notre régime linguistique. Le luxembourgeois est la langue nationale, le français la langue de la législation et l'allemand et le français sont toutes les deux des langues administratives et judiciaires. Cette donne n'a pas changé depuis 1984 et le régime de 1984 s'était lui-même substitué à de très anciens textes, prédatant l'in-

dépendance du pays. Le luxembourgeois, en tant que langue nationale, n'a fait son entrée dans l'arsenal légal qu'en 1984 et cette loi demeure le seul acte juridique pris en matière linguistique, hormis une révision constitutionnelle en 1948 qui avait introduit la disposition suivante dans la loi fondamentale: «*La loi réglera l'emploi des langues en matière administrative et judiciaire*». Ainsi, la loi de 1984, en définissant par ailleurs une langue nationale, est allée au-delà de ce qui était requis par la Constitution.

Depuis 1984, les réalités luxembourgeoises ont profondément muté. La population a augmenté de 145.700 unités (+40 %), dont quelque 125.000 étrangers. La quote-part d'étrangers est de fait passée de 27 % à 43 %. En 1985, 70 % des salariés résidents étaient Luxembourgeois, et ce ratio n'atteint plus que 52 % en 2008. 59 % des salariés avaient la nationalité luxembourgeoise en 1985, contre 29 % en 2008. Sur le versant économique, le PIB a quadruplé pendant cette même période, et ce après la prise en compte de l'inflation.

³ L. SOSOE: «Nation», dans le Dictionnaire de Philosophie Politique (dir. Philippe Raynaud et Stéphane Rials), Paris, 1996, Presses Universitaires de France



Depuis 1984, le Luxembourg peut donc se prévaloir d'une progression fulgurante de sa population et de son niveau de vie, grâce en particulier à l'immigration et au travail frontalier. Si l'évolution socio-économique a été vertueuse, l'évolution politique et linguistique s'est montrée relativement statique, voire figée. Alors que l'économie s'est internationalisée, la vie quotidienne de nombreux indigènes est demeurée peu affectée. D'une certaine manière, et peut-être inconsciemment, les Luxembourgeois ont souvent opté pour la sécurité (engendrant une certaine ségrégation) à travers une occupation dans le secteur public. Parallèlement, l'électorat et la société de souche ont vieilli et sont devenus de moins en moins représentatifs des réalités socio-économiques du pays. Les non-actifs (51 % des électeurs en 2009) et les salariés de la fonction publique (environ 20 % des électeurs en 2009), dotés légitimement du droit de vote, sont deux segments de population largement à l'écart de la nouvelle donne, économique d'abord, et linguistique ensuite, mais qui influencent les choix politiques de manière significative (environ 71 % des électeurs en 2009), voire de façon disproportionnée.

3.3. La représentativité politique: une sous-représentation flagrante des étrangers

Lors des dernières élections législatives, les électeurs n'ont représenté que 45 % de la population résidente et 34 % de la population «présente sur le territoire», cette dernière comprenant également les frontaliers qui «peuplent» le pays en semaine et payent leurs impôts et cotisations sociales au Grand-Duché. Aujourd'hui, moins d'un habitant sur deux, un salarié sur trois et un créateur d'entreprises sur quatre dispose de manière effective du droit de vote et, par conséquent, du droit d'influencer les choix publics.

Le régime de la double nationalité ne constitue qu'une réponse partielle au problème de représentativité des organes politiques et de la fonction publique. Les étrangers contribuent à une part déterminante du développement économique et du modèle social, sans pour autant pouvoir participer à la prise de décision collective et à l'élaboration des grandes orientations du pays. Or, un sentiment d'exclusion à cet égard peut influencer négativement la volonté d'intégration des étrangers.

Un autre problème qui se pose est celui de la représentativité des institutions publiques vis-à-vis des forces vives de l'économie à la base de la richesse du pays. Cette situation amène un déficit démocratique qui peut entraîner des choix collectifs qui ne tiennent pas suffisamment compte des préoccupations et des exigences d'une économie ouverte soumise à la concurrence internationale. Il en ressort également un manque d'identification de nombreux indigènes avec les problèmes socio-économiques du pays (contexte de crise économique), voire un décalage de perception des enjeux actuels et pour le développement durable du pays ou encore un déni des risques et dangers auxquels fait face le Luxembourg.

3.4. Les Luxembourgeois à l'abri: la fonction publique comme choix de vie

Fin mars 2008, un salarié luxembourgeois sur quatre est fonctionnaire. 99,9 % des fonctionnaires avaient la nationalité luxembourgeoise en 1995, et ils sont encore 98,14 % dans ce cas en 2008. Au total, 87,3 % des salariés dans

le secteur public avaient la nationalité luxembourgeoise en 2008 alors qu'au même moment, l'économie comptait 29 % d'autochtones et 71 % d'étrangers. Le secteur public est de plus en plus prisé dans la mesure où, les effectifs luxembourgeois travaillant dans ce secteur ont progressé de 30 % entre 1995 et 2008. Ce même chiffre n'atteint que 3 % dans les autres branches. En même temps, suite notamment aux premières velléités d'ouverture du secteur public aux non-Luxembourgeois en 1999, la quote-part d'étrangers s'inscrit timidement à la hausse, en passant de 7 % en 1995 à 13 % en 2009.

La loi du 17 mai 1999 concernant l'accès des ressortissants communautaires à la fonction publique a aboli la condition de nationalité, sauf exceptions, dans les secteurs de la recherche, de l'enseignement, de la santé, des transports, des postes et télécommunications et de la distribution de l'eau, du gaz et de l'électricité. Or, son entrée en vigueur n'a pas été suivie de l'embauche massive de fonctionnaires de nationalité étrangère. Le fonctionnariat, qui se trouve au cœur du secteur public, demeure donc très largement un «bastion» pour les autochtones, au grand dam de la cohésion et de la mixité sociales au Grand-Duché.

L'installation d'une société à deux vitesses risque de prendre de l'ampleur si la fonction publique ne réussit pas à intégrer davantage les étrangers et si, à l'inverse, le secteur privé ne peut plus attirer les autochtones qui seraient, de ce fait, de plus en plus éloignés du processus économique, tout en dominant le processus démocratique et redistributif. L'ouverture partielle acquise en 1999 aurait pu donner lieu au recrutement d'un nombre plus élevé de candidats étrangers si les exigences linguistiques avaient été proportionnées et s'il y avait eu une réelle volonté de recruter des non-Luxembourgeois. Vu par ailleurs la tendance du législateur à ne souvent s'activer qu'après des mises en demeure par les institutions communautaires, l'ouverture semble surtout forcée. Or, l'élément déclencheur de la jurisprudence à l'encontre du Luxembourg est simplement le fait que le pays ne respecte pas les libertés fondamentales sous-jacentes à la construction européenne, un acquis qu'il avait lui-même initié, porté et aidé à construire

depuis le début de l'intégration européenne.

Les autorités ont manqué maintes occasions de sensibiliser l'opinion publique et les électeurs sur la non-représentativité du secteur public des réalités économiques, démographiques, salariales et linguistiques, ainsi que sur le manque de cohésion sociale, voire sur le risque de désintégration et de désolidarisation de la société luxembourgeoise inhérents à la dichotomie du marché du travail. L'ouverture aurait dû, et doit, se faire de façon proactive et en dialogue avec le public. Un pays dépendant si fondamentalement de la prise de risque étrangère pour développer son activité entrepreneuriale, qui a besoin d'immigrés pour créer et occuper les postes de travail qu'il ne peut pas pourvoir avec ses propres ressources et qui est amené à exporter plus de 80 % de sa production en raison d'un marché intérieur trop exigü, ne peut pas continuer à s'approprier la fonction publique, à monopoliser le débat public et à mettre en œuvre une politique redistributive dont bénéficient, en premier lieu, surtout ses propres ressortissants.

■ 4. Des leviers pour insuffler une nouvelle dynamique à la terre d'accueil grand-ducale

4.1. Pour un cadre souple en matière d'adoption de la nationalité luxembourgeoise

L'acquisition de la nationalité est l'instrument privilégié pour permettre aux étrangers résidents de participer pleinement à la vie démocratique. Le fait de permettre aux naturalisés de ne pas renoncer à leur nationalité d'origine a donné lieu à des premiers signes encourageants au niveau de la propension à adopter la nationalité luxembourgeoise.

Les obstacles s'opposant à l'attribution de la nationalité ne doivent pas être insurmontables, notamment du point de vue de la connaissance des langues usuelles du pays. La Chambre de Commerce soutient l'idée qu'une connaissance de base du luxembourgeois est à la fois utile et nécessaire aux fins de la naturalisation. Toutefois, elle milite en faveur d'une approche proportionnée et objective à cet égard. De même, si le niveau de maîtrise de la langue nationale est jugé suffisant aux fins de la naturalisation, l'intéressé ne devrait pas être tenu de représenter une épreuve de langue dans le contexte de l'accès à la fonc-

tion publique. En tout état de cause, le niveau requis doit s'apprécier, avant tout, à l'aune de la compréhension de la langue parlée et, dans une moindre mesure seulement, de son emploi.

La Chambre de Commerce estime également que, dans le souci d'une intégration sur le marché de l'emploi d'un ressortissant étranger, et donc de l'atteinte de son autonomie, il est légitime d'admettre qu'une personne souhaitant immigrer doive d'abord s'approprier la principale langue pratiquée dans son entreprise d'accueil, qui est rarement le luxembourgeois. Le luxembourgeois ne pourra ainsi s'acquérir que dans une deuxième phase. En aucun cas, la seule maîtrise du luxembourgeois ne suffit pour s'intégrer sur le marché du travail. Ce double état de fait devrait jouer en faveur de l'exigence d'un niveau de maîtrise moindre du luxembourgeois dans le chef, notamment, du candidat à la naturalisation.

4.2. Pour un régime linguistique en phase avec le pragmatisme des entreprises

L'économie luxembourgeoise est, surtout grâce aux secteurs des services et financier en particulier, l'une des plus performantes d'Europe. La grande diversité culturelle et linguistique ne freine guère le dynamisme économique, au contraire. Les entreprises démontrent un pragmatisme inégalé quand il s'agit d'intégrer des personnes issues de cultures différentes. Bien qu'il paraisse difficile d'avancer des enseignements généraux face à l'hétérogénéité linguistique dans les entreprises, la Chambre de Commerce conclut, sur base d'éléments quantitatifs, que le français semble revêtir le statut de principal dénominateur commun dans la plupart des entreprises: pour 56 % d'entre elles, il s'agit de la première langue utilisée. En prenant également en considération les langues employées à côté de la première langue, le français est utilisé dans 99,6 % des entreprises, l'anglais arrivant en deuxième place (88 %), suivi de l'allemand (83 %) et du luxembourgeois (80 %), en quatrième place seulement.

Il apparaît donc un certain déphasage: la langue dominante dans l'économie est le français alors que la principale langue dans le secteur non-marchand et dans la vie quotidienne demeure le luxembourgeois. La Chambre de

Commerce plaide pour une meilleure prise en compte des réalités du secteur marchand, qui constitue la fondation du modèle social, également dans les sphères politique, administrative et dans la fonction publique.

4.3. Pour un renforcement du statut des langues française et allemande au quotidien

Il importe d'accroître l'emploi des langues française et allemande dans la communication orale. Ceci est particulièrement vrai pour les campagnes électorales et dans les médias audiovisuels. Ainsi, il ne semble guère utile de produire des supports écrits en plusieurs langues pour appeler les ressortissants étrangers à s'inscrire sur les listes électorales si, ultérieurement, la campagne politique reste largement dominée par l'emploi de la langue luxembourgeoise. Un même type d'obstacle est perceptible en matière législative et réglementaire: les textes législatifs et réglementaires sont rédigés en français, leur discussion publique a lieu en luxembourgeois et la couverture médiatique demeure dominée par l'emploi de l'allemand, pour l'écrit, et du luxembourgeois, pour l'oral. De surcroît, de nombreux sites Internet de l'administration publique ne sont disponibles qu'en langue française, alors qu'un étranger peut être valablement naturalisé sans qu'il ne soit francophone. Or, peut-on admettre qu'un citoyen ne puisse pas comprendre la principale, voire l'unique langue employée par son administration pour l'écrit?

Ainsi, au-delà des problèmes qu'éprouvent les ressortissants étrangers pour s'immerger dans le trilinguisme complexe, voire confus, du Luxembourg, même des Luxembourgeois pourraient être confrontés à une situation où ils ne sont pas à même de suivre l'intégralité des évolutions légales, sociétales ou même administratives, étant donné leur maîtrise insuffisante d'une langue administrative donnée. Au minimum, pour l'ensemble des sites et formulaires administratifs, il conviendrait de proposer une traduction en langue allemande qui, au titre de la loi du 24 février 1984, se situe formellement sur un pied d'égalité avec la langue française en matière administrative et judiciaire. Du reste, une traduction en langue anglaise pourrait également s'avérer utile, étant donné son statut de *lingua franca* à l'échelle internationale.

Sans préjudice à son importance notamment aux fins de l'intégration définitive des étrangers au Grand-Duché, il convient encore de ne pas grossir outre mesure l'importance du luxembourgeois dans les sphères politique et administrative si le pays veut réellement atteindre un haut niveau de cohésion sociale et d'intégration des ressortissants étrangers et des frontaliers. Le luxembourgeois doit coexister avec les langues principales, à savoir le français et l'allemand, et non pas supplanter les autres langues dans certains contextes précis, voire de façon opportuniste. A défaut, le risque est important d'exclure une part très importante des parties prenantes de la prospérité économique du Grand-Duché. Ceci est d'autant plus vrai que le Luxembourg se caractérise, outre une immigration à longue durée, également par une immigration économique limitée dans le temps pour laquelle l'apprentissage des trois langues usuelles du pays ne se conçoit guère.

4.4. Pour une fonction publique moderne et décloisonnée

Un moyen puissant pour atteindre un niveau élevé de cohésion sociale est de prôner la mixité dans l'ensemble des secteurs économiques – qui sont aussi des lieux d'échanges et de rencontres – y compris dans les branches non-marchandes. Ceci paraît également la seule issue pour pallier au manque d'identification de nombreux indigènes avec les problèmes socio-économiques du pays et pour combattre les jalousies interprofessionnelles. En outre, la qualité des prestations de la fonction publique pourrait sans doute être améliorée à travers la prise en considération de points de vue novateurs, complémentaires et différents de ressortissants étrangers imprégnés d'une autre culture que la seule culture luxembourgeoise.

La mixité et la diversité sont des réalités tangibles dans l'économie et la société. La concurrence de la fonction publique par rapport au secteur dit «exposé», et notamment en termes de rémunération, empêche de nombreuses entreprises faisant face à la concurrence internationale de recruter des salariés autochtones dont elles auraient pourtant aussi cruellement besoin du point de vue, par exemple, de leurs compétences linguistiques. Le cloisonnement

du secteur public et son apparent repli identitaire doivent être surmontés, et la dichotomie sur le marché de travail doit être brisée si notre société veut atteindre un développement durable du point de vue social. Au-delà d'une nécessaire innovation en matière d'emploi des langues dans le secteur public, cette cohésion passe par une diminution graduelle des différentiels salariaux et, plus généralement, par un rapprochement progressif entre le statut de fonctionnaire et celui de salarié, en vue d'une vraie égalité de traitement de l'ensemble de la force de travail à travers une généralisation du statut unique.

Depuis l'ouverture partielle de la fonction publique en 1999, le cadre légal a évolué, en tout cas sur le papier. Depuis 2009, il existe, formellement, une ouverture générale, sauf exceptions. Or, si ce cadre général est posé, il est par ailleurs nécessaire de considérer des conditions particulières édictées par voies légale et réglementaire. Dans ce cadre, la jurisprudence européenne a reconnu la «mise à l'écart» de postes touchant à l'exercice de la puissance publique au profit des nationaux. Si la Chambre de Commerce marque son accord par rapport à une telle approche, elle souligne néanmoins que

cette dernière doit garder un caractère proportionné et, partant, ne pas constituer une barrière ou un obstacle caché à l'entrée dans la fonction publique. Or sont, par exemple, réservés aux nationaux tous les emplois au sein des administrations des contributions directes, de l'enregistrement, des douanes et accises, du cadastre et de la topographie. La Chambre de Commerce estime que des postes de type administratif relevant de la carrière inférieure, voire de la carrière moyenne, au sein de ces administrations ne consistent guère en un exercice si sensible de la puissance publique.

Toute ouverture du secteur public doit être sincère et suivie de résultats concrets. C'est pourquoi il est difficile d'appuyer un mode de fonctionnement qui soit en la matière, et comme c'est le cas actuellement, bâti sur des règles générales, des exceptions et encore des dérogations, souvent effectuées de façon opportuniste et *ad hoc* à travers, notamment, la loi budgétaire annuelle. Il suffirait de préciser les principes généraux régissant l'ouverture, d'interpréter la notion d'exercice de la puissance publique de façon proportionnée et de jauger les exigences linguistiques de façon pragmatique et décentralisée. Jusqu'à présent, toute ouverture tangible





de la fonction publique, loin d'avoir été proactive, ne l'a été que sur base de la contrainte ou en fonction d'un besoin de recrutement spécifique, pour lequel aucun candidat autochtone n'avait pu être déniché, soit encore sur une combinaison de ces deux états de fait.

4.5. Pour un régime linguistique moderne dans la fonction publique

Sur le marché du travail, les Luxembourgeois se trouvent désormais dans une situation largement minoritaire et, avec eux, l'emploi de la langue luxembourgeoise dans l'économie. Concernant les exigences en matière de langues dans la fonction publique, la réforme de 2009 a modifié la donne comme suit: le candidat doit «avoir fait preuve [...] d'une connaissance [...] des trois langues administratives [...] sauf pour les emplois [...] pour lesquels la connaissance de l'une ou de l'autre de ces langues n'est pas reconnue nécessaire en raison de la nature et du niveau de responsabilité de ces emplois». Le trilinguisme généralisé reste donc de mise pour l'ensemble des postes, sauf exceptions à édicter par voie réglementaire.

La Chambre de Commerce estime que les exceptions à la connaissance des trois langues sont rigoureusement trop peu nombreuses. En effet, un règlement grand-ducal de 2004 prévoit une liste exhaustive délimitant strictement les cas de figure pouvant donner lieu à une telle dispense. Or, cette liste est complètement désuète et mériterait une mise à jour et une extension conséquentes. Les autori-

tés devraient notamment songer à généraliser la procédure de dispense à l'ensemble des postes administratifs ou de «back-office» ainsi qu'aux postes à prédominance manuelle – tous sans interaction notable avec le public – voire à l'intégralité des postes relevant de la carrière inférieure. Il n'y a notamment nullement lieu d'imposer un trilinguisme au personnel qui n'est pas, ou peu, en contact avec la population, et ce même indépendamment du niveau de carrière.

Pour le luxembourgeois, les exigences dans la fonction publique sont plus sévères qu'en matière de naturalisation. Or, une homogénéisation à cet égard paraît être la seule manière de garantir une quelconque cohérence en matière d'accès à la nationalité et à la fonction publique et, par conséquent, d'éviter une situation aberrante où un citoyen naturalisé se verrait refuser l'accès à la fonction publique sous prétexte d'une maîtrise insuffisante du luxembourgeois.

Une disposition qui n'a fait couler que relativement peu d'encre a été «dissimulée» dans la loi du 17 décembre 2010 concernant le budget des recettes et des dépenses de l'Etat pour 2011 qui dispose que: «Exceptionnellement, le gouvernement [...] pourra procéder à l'engagement d'agents hautement spécialisés ne pouvant pas se prévaloir de la connaissance de deux des trois langues administratives en cas de nécessité de service dûment motivée [...]». De par cette disposition, la primauté du savoir et du savoir-faire inhérents au poste sur les seules compétences linguistiques semble finalement,

bien qu'indirectement, reconnue par les autorités. Or, les compétences linguistiques, comme tout type de compétence du reste, devraient toujours être strictement adaptées aux exigences du poste. Alors pourquoi ne pas faire état d'un tel pragmatisme au-delà des seuls «agents hautement spécialisés»?

4.6. Pour une modernisation de la démocratie communale

La commune représente sans doute le premier vecteur d'intégration d'un ressortissant étranger et il faudrait donc donner la possibilité réelle à tout citoyen de concourir à la démocratie locale, qui consiste à participer à la prise de décision collective à l'endroit de résidence, à la vie associative et culturelle, de scolarité des enfants, etc. Depuis les élections communales d'octobre 2011, les Luxembourgeois et les résidents étrangers se situent sur un pied d'égalité au niveau du droit de vote actif et passif auprès des administrations locales. Or, pour renforcer davantage la participation politique des étrangers au niveau communal, la Chambre de Commerce milite en faveur de leur inscription automatique sur les listes électorales communales, ou, à défaut, d'une extension conséquente des délais d'inscriptions afférents. Le régime actuel, en vertu duquel les étrangers doivent s'inscrire sur les listes bien avant le lancement des campagnes électorales, doit être modernisé.

Pour renforcer la participation des étrangers et des citoyens naturalisés à la politique communale, la Chambre de Commerce préconise en outre une modernisation du cadre légal concernant l'emploi des langues au niveau du conseil communal, d'une part, et du collège échevinal, d'autre part. A cet égard, l'article 14 de la loi communale dispose par exemple que «la langue usuelle parlée au conseil communal est le luxembourgeois. Les conseillers peuvent s'exprimer (...) dans l'une des autres langues visées [par] la loi du 24 février 1984 [...]. Nul ne saurait toutefois demander une interprétation de la langue parlée ou une traduction des documents écrits présentés en une des langues visées par la loi précitée [...]».

Dans le chef notamment des citoyens naturalisés, la pertinence de cette disposition peut être réfutée par l'absurde. En effet, il ne faut guère être trilingue pour se voir attribuer la natio-

nalité luxembourgeoise: la naturalisation est simplement refusée à l'étranger *«lorsqu'il ne justifie pas d'une connaissance active et passive suffisante d'au moins une des langues prévues par la loi [...] et lorsqu'il n'a pas réussi une épreuve d'évaluation de la langue luxembourgeoise parlée»*. Or, à partir du moment où la non-imposition du trilinguisme est entérinée par la loi relative à l'attribution de la nationalité luxembourgeoise, le fait de refuser une quelconque interprétation ou traduction au niveau communal est dénué de tout fondement, voire constitue une situation aberrante. Un tel déni des droits des citoyens non-trilingues aurait pour conséquence une discrimination à leur encontre et déboucherait, *in fine*, sur une ségrégation au sein même de la population de nationalité luxembourgeoise. La prise en compte de l'ouverture du droit de vote passif aux ressortissants étrangers renforce davantage le caractère infondé et disproportionné des dispositions de l'article 14 en question.

4.7. Pour un renforcement de la participation démocratique des étrangers au niveau national

La Chambre de Commerce ne se prononce pas en faveur d'une inscription automatique des ressortissants étrangers sur les listes électorales, tout en rappelant les conditions qui doivent être remplies à tout moment pour garantir une intégration optimale des ressortissants étrangers à travers la procédure de naturalisation. De par l'introduction du régime de double nationalité, les ressortissants étrangers disposent désormais d'une réelle opportunité pour concrétiser et, surtout, pour officialiser, leur attachement au Luxembourg sans pour autant renoncer à leurs origines et à leur culture. En l'absence d'une telle introduction, le droit de vote actif aux élections législatives aurait dû être, aux yeux de la Chambre de Commerce, accordé aux résidents étrangers après un délai de résidence de cinq ans.

La Chambre de Commerce propose également d'instaurer un droit de vote «virtuel» dans le chef des ressortissants étrangers. Il serait, par exemple, possible de soumettre, par voie d'enquête représentative et lors des élections législatives,

les mêmes listes et candidats au vote, mais dans la communauté étrangère. Une juxtaposition des résultats du vote virtuel des étrangers et du vote réel des autochtones permettrait de juger du caractère déphasé, ou non, du verdict national par rapport au vote de la communauté étrangère. La Chambre de Commerce recommande, par ailleurs, vivement aux autorités publiques de mener systématiquement des études comparatives entre les principales préoccupations électorales des Luxembourgeois et celles des étrangers afin d'adapter les jalons politiques à mettre en œuvre en conséquence.

4.8. Pour un surplus de démocratie dans le chef des frontaliers non-résidents

L'intégration des frontaliers doit passer par des mesures volontaristes visant à réduire la dichotomie et la ségrégation au niveau du marché du travail. Une grande mixité du salariat, représentative de la composition réelle du monde de travail et de la population, est à même de répondre aux objectifs d'une cohésion durable, visant à éviter la création de sociétés parallèles, voire un repli sur soi-même au sein des différentes communautés. Dans son bulletin n° 12, la Chambre de Commerce propose en outre les pistes de réflexion suivantes:

- sur le modèle du Commissariat aux Étrangers, l'instauration d'un Commissariat aux Frontaliers qui s'occuperait spécifiquement des problèmes rencontrés par les frontaliers;
- l'encouragement de la structuration des frontaliers en associations ou groupements susceptibles d'être l'interlocuteur privilégié du Commissariat aux Frontaliers et du gouvernement sur les questions sur lesquelles les frontaliers peuvent avoir un impact direct;
- la mise en place d'un dialogue constructif et une participation effective des frontaliers à la société luxembourgeoise visant à stimuler et à encourager l'attachement des frontaliers vis-à-vis du Grand-Duché;
- le lancement de consultations portant sur les thèmes qui concernent directement les frontaliers (infrastructures de transport, démarches

administratives, environnement, etc.).

■ 5. Des niches de souveraineté aux niches de compétences

Aujourd'hui, notre succès économique dépend considérablement de l'exploitation de niches fiscales et réglementaires qualifiées de niches de souveraineté. Les harmonisations progressives à l'échelle internationale réduisent pourtant la durabilité d'un tel modèle qui peut certes générer des recettes élevées, mais qui est, aussi, largement dépendant d'événements extérieurs, sur lesquels le Luxembourg n'a que peu, ou pas, d'emprise. Dans son précédent bulletin économique⁴, la Chambre de Commerce a montré qu'environ 30 % des recettes fiscales de l'administration centrale proviennent de sources à rendement incertain ou volatil. Ces moyens d'action sont pourtant injectés dans le budget courant, sans effort d'économie au profit des générations futures. Ainsi, malgré une croissance exogène vertueuse au cours des dernières décennies, le pays vit au-dessus de ses moyens.

Pour diversifier l'économie et l'ouvrir à de nouveaux secteurs d'activités, le pays doit miser davantage sur le développement endogène, basé sur des niches sectorielles et des niches de compétences. Un cadre légal et fiscal proactif, des infrastructures adaptées et des investissements ciblés doivent viser à développer des secteurs comme la biomédecine, les technologies environnementales, la gestion de la propriété intellectuelle, la logistique, les NTIC y compris le commerce électronique, ainsi que l'activité des quartiers généraux de sociétés multinationales. Ces secteurs à haute valeur ajoutée ciblent par nature une demande transfrontalière et sont exposés à une forte concurrence internationale. Leur implémentation et leur développement requièrent une main-d'œuvre qualifiée, qui n'est pas disponible en nombre suffisant au Grand-Duché. C'est pourquoi le Luxembourg se doit de continuer d'attirer sur son sol une main-d'œuvre qualifiée étrangère, qu'elle provienne d'Europe ou d'au-delà.

Le développement de niches sectorielles vise également à donner lieu à des avantages compétitifs ne pouvant

⁴ Actualité & tendances n° 10: «Le développement durable au Luxembourg – Pour une économie durablement compétitive et au service du bien-être», juin 2011

pas être supplantés d'un seul coup suite à une décision, souvent politique, prise à l'étranger. Pour pouvoir prendre son propre destin en main et mettre en œuvre ces vecteurs de croissance, le Luxembourg devra poursuivre une politique d'investissements adéquate et prendre des décisions politiques cohérentes et avisées, s'appuyant sur des hommes et des femmes aptes, en dehors de tout critère de nationalité, à porter le parachèvement de cette politique ambitieuse. Le Luxembourg, son Université et ses CRP, contribuent à former des ressources dont auront besoin les acteurs économiques à l'avenir. Mais, comme il ressort déjà à l'évidence aujourd'hui, les ressources financières, techniques et humaines disponibles localement sont insuffisantes pour faire fonctionner une économie dont le rayonnement dépasse si largement le cadre exigu du territoire national. Or, à force d'ouvrir le pays au travail et au capital transfrontalier, le Luxembourg ne devra pas oublier de poser les jalons quant à l'intégration effective des étrangers dans la société luxembourgeoise.

■ 6. Pour une réforme du régime des langues à l'école

Aux yeux de la Chambre de Commerce, le Luxembourg ne pourra, et ne devra, pas se fixer pour objectif de vouloir «intégrer» tout et chacun de ses nombreux ressortissants étrangers. D'une part, il faut se rendre à l'évidence que très nombreux sont les étrangers de passage, qui ne restent pas suffisamment longtemps sur le territoire afin de développer un sentiment d'attachement fort. D'autre part, il est pertinent de partir du principe que certains ressortissants étrangers n'ont pas la volonté ou la détermination de s'intégrer, de «se fusionner dans l'ensemble national». Le Luxembourg, avec ses trois langues officielles, ses habitants venant de plus de 170 pays différents, son grand nombre de frontaliers et la grande mixité sociale dans son économie ne peut guère prétendre à vouloir assimiler un petit nombre d'étrangers hétérogènes dans un grand ensemble national homogène – à supposer que

ce grand ensemble existe. Ne pouvant pas prétendre à un modèle d'intégration de type «*melting pot*» (assimilation de la population immigrée en une société homogène), le Luxembourg devra opter pour un modèle d'intégration dit «*salad bowls*», un modèle qui suggère le caractère mutuellement complémentaire des différentes communautés ethniques; qui peuvent garder une identité culturelle propre tout en s'intégrant dans la mosaïque sociale de la société d'accueil.

Notre pays doit optimiser sa «capacité d'intégration». Il doit faire en sorte que les étrangers se sentent «à l'aise» au Luxembourg et doit se montrer «ouvert» vis-à-vis des étrangers. Enfin, il doit optimiser les chances d'une intégration réussie des étrangers en proposant un cadre qui soit cohérent et propice à cette fin. En effet, toute intégration présuppose une volonté des deux côtés: du point de vue de l'étranger et de celui de la société d'accueil.

Outre les pistes de réformes présentées *supra*, la Chambre de Commerce insiste particulièrement sur le rôle fondamental que joue l'école aux fins de l'intégration des non-luxembourgeois. A ses yeux, il est crucial de considérer les enfants comme les principaux vecteurs d'intégration des familles étrangères. Or, dans ce contexte il convient également de garder à l'esprit que la situation langagière dans les écoles fait en sorte que de nombreux élèves sont confrontés à l'échec scolaire, faute de d'une maîtrise suffisante notamment du français ou de l'allemand, alors qu'ils disposent, *a priori*, de toutes les compétences nécessaires pour réussir leurs études secondaires. Trop nombreux sont les élèves qui «restent sur le carreau» et trop timides sont nos efforts pour donner une chance à tout élève de réussir dans ses branches les plus fortes. De surcroît, une intégration d'enfants plus âgés dans le système scolaire luxembourgeois paraît quasi impossible.

Il s'agit donc prioritairement de donner une chance aux enfants, l'intégration passant par les enfants et l'école. Leur bonne intégration est la meilleure garantie d'une intégration réussie

de leurs familles. Les clubs et associations sportives et culturelles sont des vecteurs d'intégration nécessaires, mais pas suffisants. En l'occurrence, si l'école échoue à former des jeunes adultes responsables et dûment intégrés dans la société luxembourgeoise, le discours plus vaste relatif à l'intégration des étrangers au sein de la société relève d'une gageure. L'importance de l'école dans le cadre du développement socio-économique du pays est également fondamentale. Il s'agit même de l'enjeu probablement le plus important en la matière et qui façonnera directement le développement socio-économique futur. Outre le décrochage scolaire et le taux d'échec très significatif de nos élèves lors de la première année d'études supérieures, les mentalités prédominantes dans le système éducatif et la résistance au changement rangent parmi les problèmes les plus urgents à résoudre.

La Chambre de Commerce rappelle que l'objectif prioritaire de son bulletin économique n'est pas de mener une discussion *in extenso* sur le système éducatif, sur son rôle social et économique, ni de se positionner sur les réformes actuellement envisagées en la matière. Ce complexe thématique fera l'objet d'une réflexion précise à part entière qui sera reflétée dans une prise de position sur la réforme de l'enseignement secondaire.

«*Fir kënnen ze hale wat mer hunn kënnen mer net bleiwe wat mer sinn*». Nous devons faire preuve d'une grande ouverture d'esprit. La mentalité propice à l'inertie et à la défense myope d'acquis de tous genres doit être brisée et nous devons nous rendre à l'évidence que, sans les ressources transfrontalières, notre pays cesserait tout simplement d'exister. Le Luxembourg peut choisir entre ouverture et fermeture. S'il opte pour l'ouverture, il doit optimiser la capacité d'intégration du pays et se réformer. Si, par contre, il opte pour la fermeture, il sonnera le glas du «modèle luxembourgeois», même s'il peut alors continuer de remettre les réformes aux calendes grecques tout en prenant le risque de finir, tôt ou tard, là où mène l'inertie, c'est à dire, au déclin. ■

La version intégrale de la 12^e édition du bulletin économique «Actualité & tendances» peut être commandée auprès du Département Economique de la Chambre de Commerce – Tél.: (+352) 42 39 39-350 – E-mail: eco@cc.lu

QUIZ

MERKUR

Chaque mois, cochez les bonnes réponses du Quiz du Merkur et participez au tirage au sort pour gagner un iPod nano 16 GB silver!

LE QUIZ DU MERKUR

Chaque mois, la Chambre de Commerce vous invite à tester vos connaissances sur les thèmes économiques les plus divers en participant au quiz mensuel du Merkur. Les lecteurs attentifs trouveront toutes les réponses aux questions dans l'édition courante du magazine. Un tirage au sort sera organisé parmi tous les participants ayant trouvé les bonnes réponses. Le prix à gagner est un iPod nano 16 GB silver.

Le chef économiste de la Chambre de Commerce vient de lancer un nouveau blog afin de partager avec le lecteur des informations sur l'économie luxembourgeoise, sur les fondements et mécanismes économiques en général, ainsi que sur l'actualité socio-économique.

1. Le nom de ce nouveau blog est:

- www.ecoblog.lu
- www.vosquestionsalachambredecommerce.lu
- www.carlothelenblog.lu

Pour la septième fois consécutive, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg a mis en place un Pavillon National à l'occasion du salon MIPIM qui s'est déroulé du 6 au 9 mars 2012 à Cannes. 15 sociétés ou institutions luxembourgeoises exposantes et quelque 400 visiteurs luxembourgeois et étrangers ont répondu à l'invitation de la Chambre de Commerce.

2. Le MIPIM est le rendez-vous international incontournable:

- des projets immobiliers?
- de la logistique?
- de l'alimentation et des boissons?

Le 17 avril 2012 aura lieu à la Chambre de Commerce le nouveau salon dédié au secteur de la logistique et du maritime, organisé par le Cluster for Logistics Luxembourg, en collaboration avec le Cluster maritime luxembourgeois.

3. Quel est le nom de ce nouveau salon?

- Logistics Business Forum?
- Logistics 2012?
- Logistics Management Forum?

Pour participer au tirage au sort et gagner le nouvel iPod nano 16 GB silver, il suffit de renvoyer ce questionnaire dûment rempli par fax au (+352) 43 83 26 (Rédaction Merkur) avant le mardi 17 avril 2012. Une seule réponse par foyer.



Nom	
Prénom	
Adresse	
Code postal	
Localité	
Téléphone	
E-mail	

Félicitations à Mme Pascale Werner, la gagnante du Quiz de l'édition de Merkur 10/2011 qui a reçu un iPod nano 16 GB silver!

Gagnant du Quiz de l'édition du Merkur 01/2012: M. Tony DAHLEM (Wiltz)

Assemblée plénière

La Chambre de Commerce rend hommage au ministre de l'Economie sortant pour son engagement en faveur du développement économique du pays



Le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur sortant, Jeannot Krecké, a été mis à l'honneur par la Chambre de Commerce à l'occasion de sa première assemblée plénière de l'année. Avec des mots particulièrement chaleureux, le président Michel Wurth et le directeur Pierre Gramegna ont remercié le ministre de tutelle de la Chambre de Commerce pour son engagement exemplaire en faveur des entreprises et de l'économie luxembourgeoises

«Durant les sept ans et demi de votre mandat, j'ai eu l'occasion de découvrir l'homme derrière le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, un homme dont j'ai tout particulièrement apprécié le franc parler et la très grande disponibilité pour les chefs d'entreprises du pays». C'est avec ces mots que le président Michel Wurth a remercié Jeannot Krecké lors de son discours adressé au ministre sortant, dans le cadre de la dernière assemblée plénière de la Chambre de Commerce. «Vous n'avez jamais hésité à défendre des idées et des initiatives parfois peu populaires lorsque l'intérêt économique du pays l'exigeait.» a poursuivi Michel Wurth en référence aux 65 mesures proposées par le ministre en avril 2010 pour redresser la situation économique et compétitive du Luxembourg.

En tant que «ministre des entreprises», Jeannot Krecké, a fait preuve d'un engagement exemplaire en faveur du développement et de la diversification économiques du Grand-Duché. Que ce soit dans le secteur des biotechnologies, de l'énergie, du commerce électronique, de la recherche ou de la logistique, le ministre a su faire avancer

le Luxembourg sur la voie de la modernité et de l'innovation.

Michel Wurth a également rendu hommage à l'ouverture d'esprit, à l'objectivité et à l'honnêteté dont Jeannot Krecké a fait preuve dans les discussions souvent difficiles menées au sein du comité de coordination tripartite avant de le remercier pour le support qu'il a prêté à la Chambre de Commerce dans la modernisation de son cadre légal. La loi du 26 octobre 2010 a attribué à la Chambre de Commerce la qualité d'un établissement public, a précisé ses missions et les règles d'affiliation et a simplifié sa composition et son organisation avec l'objectif de consolider son rôle primordial pour l'intérêt des entreprises et de l'économie du pays.

Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, a ensuite remercié le ministre sortant pour l'excellente collaboration qu'il a entretenue avec la Chambre de Commerce dans l'exécution des très nombreuses missions de promotion économique menées à l'étranger et de citer à titre d'exemple la mission menée en 2010 à Shanghai dans le cadre de l'Exposition Universelle, qui avait vu la participation de plus de 100 entreprises

luxembourgeoises. Pierre Gramegna a relevé le rôle de pionnier joué par Jeannot Krecké dans le développement des relations économiques et commerciales avec le Moyen-Orient et l'a félicité pour le lancement réussi de l'agence «Luxembourg for Business», qui a largement contribué à une meilleure coordination et organisation des politiques et actions en matière de commerce extérieur.

D'autres initiatives remarquables dans l'action du ministre furent la création du cluster maritime et le développement des «affaires maritimes», la mise en place d'infrastructures logistiques et des incubateurs (Luxite, Zare, Eco-start, Esch-Belval), le vote de la loi sur la propriété intellectuelle ou encore le développement de l'Observatoire de la Compétitivité.

L'ensemble des membres élus et le personnel cadre de la Chambre de Commerce ont souhaité à Jeannot Krecké plein de succès dans ses projets d'avenir, avant de lui remettre un cadeau pour un mandat marqué par une excellente collaboration. Jeannot Krecké a eu le plaisir de découvrir un chronographe, qui permettra au navigateur confirmé qu'il est, de garder le bon cap dans la suite de sa carrière professionnelle. ■



LES PROFESSIONNELS N'ONT PAS LE TEMPS D'ATTENDRE.

CITROËN préfère TOTAL  DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Les offres (1) et (2) sont sous conditions, valables en mars 2012 et réservées aux professionnels. Plus d'informations sur citroen.lu ou dans votre point de vente citroën participant.

Citroën, la plus large gamme
d'utilitaires disponibles immédiatement.



Déjà un **CITROËN NEMO** Fourgon 1.4i BVM euro5 One à
7.450€ HTVA ⁽¹⁾ prime de recyclage de 700€ HTVA déduite. ⁽²⁾

Déjà un **CITROËN JUMPER** 30 L1H1 2.2 HDi 110 BVM6 euro5 à
15.400€ HTVA ⁽¹⁾ prime de recyclage de 900€ HTVA déduite. ⁽²⁾

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



25 janvier 2012

Visite de Daniel Calleja Crespo, Envoyé Spécial de la Commission européenne pour les PME



Pierre Gramegna, Directeur Général et Gérard Eischen, Directeur du Département Création et Développement des Entreprises ont accueilli le «SME Envoy», Daniel Calleja Crespo, accompagné pour l'occasion de Bernadette Friederici-Carabin, Conseiller de Direction 1^{re} classe au ministère des Classes Moyennes et du Tourisme et de Wojciech Sopinski, «Policy Officer» à la DG «Entreprises et Industrie», chargés des questions d'internationalisation des PME



Daniel Calleja Crespo, Directeur Général de la DG «Entreprises et Industrie» et Envoyé spécial pour les PME de la Commission européenne est chargé de veiller à la mise en œuvre du Small Business Act dans les 27 pays de l'UE

Nommé directeur général de la DG «Entreprises et Industrie» en février 2012 et Envoyé Spécial pour les PME de la Commission européenne, Daniel Calleja Crespo est chargé de veiller à la mise en œuvre correcte et complète du Small Business Act dans les 27 pays de l'UE. Il a été reçu à la Chambre de Commerce par Pierre Gramegna, dans le cadre d'une première rencontre portant sur les actions mises en œuvre par le Luxembourg en matière de promotion de l'esprit d'entreprise et de soutien aux PME. Durant cette ren-

contre ont ainsi été présentées l'approche générale du Luxembourg en matière de simplification des démarches entrepreneuriales, de financement et d'accompagnement aux PME, ainsi que les nouvelles infrastructures pour startups innovantes et socialement responsables.

Cette entrevue s'inscrit dans le contexte du plan d'actions 2012 défini par le nouveau Réseau des «SME Envoyés», en ligne avec le Small Business Act européen. En effet, le nouveau réseau d'envoyés spéciaux des PME a été mis en place suite à une décision

des ministres de l'UE en charge de la compétitivité, en mars 2011. Ils se sont réunis pour la première fois le 14 septembre et se sont mis d'accord sur un certain nombre de «livrables», mettant un accent particulier sur la simplification administrative, l'accès des PME (notamment des start-ups et petites entreprises) au financement et garanties bancaires, ainsi qu'aux marchés publics.

6^e édition du Woman Business Manager of the Year Award

Françoise Folmer élue femme cheffe d'entreprise de l'année

Le prix «Woman Business Manager of the Year» a été remis cette année à Françoise Folmer (Team 31). Lors d'une réception au siège de la Banque Internationale de Luxembourg (BIL), Monsieur François Pauly, président du Comité de direction de

la BIL, en présence de Madame Françoise Hetto-Gaasch, ministre de l'Égalité des chances et ministre des Classes moyennes et du Tourisme, a remis un chèque de 10.000 EUR à la lauréate.

Les trois autres finalistes, Tanja Hennen-Mayer (Schreinerei TM-

Miwwel), Isabelle Saint-Antoine (Agilis Engineering) et Netty Thines (Mediation) ont été félicitées pour la qualité et l'originalité de leur parcours.

Françoise Folmer est à la tête de trois sociétés d'architecture, de project management et de consultance. Elle a

ouvert son bureau d'architecte Team 31 en 1995. Deux autres projets voient ensuite le jour: la société Alto, créée en 2009 et la société Expressions, actuellement en cours de développement. En marge de ses compétences managériales, de son intégrité et de sa profonde humilité, le jury a également été séduit par son engagement assidu dans le milieu associatif.

Le concours, initié par la BIL en partenariat avec PricewaterhouseCoopers et le media partner paperjam, récompense des femmes cadres dirigeantes qui ont contribué au développement d'une entreprise implantée au Luxembourg. A travers cette initiative, la BIL souhaite révéler des femmes de talent et leur offrir plus de visibilité dans le paysage économique luxembourgeois. Cet engagement citoyen de la banque traduit sa volonté de promouvoir l'égalité des chances.

Le «Woman Business Manager of the Year Award» est soutenu par la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur, le ministère



Françoise Folmer a remporté la 6^e édition du Woman Business Manager of the Year Award et s'est vue remettre un chèque de 10.000 EUR

de l'Egalité des chances, le ministère des Femmes Cheffes d'Entreprises du Luxembourg, de l'Egalité des chances, le ministère des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement ainsi que la Fédération

24 janvier 2012

Séminaire d'échanges de bonnes pratiques avec les CCI allemandes



Pour la troisième fois consécutive, deux collaborateurs de la Chambre de Commerce ont participé à un séminaire d'échanges de bonnes pratiques avec les CCI allemandes

Pour la troisième fois consécutive, deux collaborateurs ayant rejoint depuis peu l'équipe de la Chambre de Commerce du Luxembourg, ont participé à un séminaire de formation et d'échanges de bonnes pratiques piloté par la CCI de Trèves et ayant pour but de mieux connaître les

activités et appréhender la mission des Chambres de Commerce allemandes et luxembourgeoise. Plusieurs cadres expérimentés ont présenté des cas pratiques tirés de leurs propres expériences, fournissant ainsi une source d'inspiration précieuse aux participants du séminaire. Cette journée d'échanges a été clôturée

par une visite des locaux de la Chambre de Commerce, suivi d'une visite d'entreprise. Au-delà de cette formation, les nouvelles recrues ont pu nouer des contacts intéressants en vue d'étudier des pistes de collaboration future.

24 janvier 2012

Visite de S.E. M. Robert A. Mandell, ambassadeur des Etats-Unis



S.E. Robert A. Mandell, ambassadeur des Etats-Unis, a été accueilli à la Chambre de Commerce par son directeur général, Pierre Gramegna, pour une réunion de travail

d'une réunion de travail. Les Etats-Unis sont le partenaire commercial le plus important du Luxembourg hors Europe. Aujourd'hui, comme dans le passé, la majorité des investissements directs au Luxembourg proviennent des Etats-Unis, qui occupent également une place de choix en termes d'investissements directs des entreprises luxembourgeoises. De nombreuses entreprises américaines ont installé leurs sièges européens au Luxembourg: Goodyear, Cleaveland, Husky, DuPont, Delphi, etc. et ont conquis le marché européen à partir du Grand-Duché. Cargolux et ArcelorMittal sont également très actives sur le marché américain. En 2012, le ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, en collaboration avec la Chambre de Commerce, organisera deux missions de prospection aux Etats-Unis.

Le 24 janvier dernier, S.E. Robert A. Mandell, ambassadeur des Etats-Unis au Luxembourg depuis le 25 octobre 2011 a été reçu à la Chambre de Commerce par Pierre Gramegna dans le cadre

25 janvier 2012

Geert Muylle, directeur général auprès du ministère des Affaires étrangères du Royaume de Belgique, est reçu à la Chambre de Commerce



(de g. à d.) S.E. Luc Teirlinck, ambassadeur du Royaume de Belgique au Grand-Duché, Carlo Thelen, Chambre de Commerce, Geert Muylle, directeur général auprès du ministère des Affaires étrangères de Belgique, Sabrina Sagramola, Chambre de Commerce, Gilles Heyvaert, ministère des Affaires étrangères de Belgique et Arnaud Dussaucy, Ambassade de Belgique

Dans le cadre d'une visite de travail, Geert Muylle, directeur général auprès du ministère des Affaires étrangères de Belgique, a été reçu par Carlo Thelen et Sabrina Sagramola à la Chambre de Commerce. Geert Muylle était accompagné de S.E. Luc Teirlinck, ambassadeur du Royaume de Belgique au Grand-Duché, Gilles Heyvaert du ministère des Affaires étrangères de Belgique et Arnaud Dussaucy de l'Ambassade de Belgique. Lors de cette rencontre, les discussions ont porté sur les relations économiques et commerciales, déjà largement développées, entre la Belgique et le Luxembourg, et plus particulièrement les activités de la Chambre de Commerce visant à pro-

mouvoir les échanges commerciaux de biens et de services entre les deux pays. Les représentants de la direction générale

«Relations bilatérales» ont notamment pu prendre connaissance du programme 2012 de la Chambre de Commerce en

matière d'internationalisation des entreprises luxembourgeoises. ■

2 février 2012

S.E. M. Jean-Vincent Zinsou, ambassadeur de la Côte d'Ivoire à Bruxelles, est accueilli à la Chambre de Commerce

S.E. Jean-Vincent Zinsou, ambassadeur de la Côte d'Ivoire à Bruxelles a été accueilli à la Chambre de Commerce le 2 février dernier par Pierre Gramegna et par Carlo Thelen. L'ambassadeur était accompagné de deux conseillers, Paul Mahan et Mathilde Diwa. L'objectif de la visite était de présenter les opportunités économiques qu'offre la Côte d'Ivoire, ainsi que le potentiel de collaboration entre les entreprises luxembourgeoises et ivoiriennes, en particulier dans le secteur pharmaceutique.



(de g. à d.) Paul Mahan, conseiller, Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, S.E. Jean-Vincent Zinsou, ambassadeur de la Côte d'Ivoire à Bruxelles, Mathilde Diwa, conseillère et Carlo Thelen, membre du Comité de direction de la Chambre de Commerce

3 février 2012

Visite de S.E. M. Arturo Avello Diez del Corral, ambassadeur d'Espagne

Le 3 février 2012, S.E. Arturo Avello Diez del Corral, ambassadeur d'Espagne, a été reçu à la Chambre de Commerce par Pierre Gramegna et Sabrina Sagromola dans le cadre d'une visite de courtoisie. Les échanges ont porté sur le contexte économique actuel, ainsi que sur l'organisation d'activités ponctuelles à mettre en oeuvre pour renforcer les relations entre les deux pays dans les secteurs porteurs. En 2007, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg avait eu l'honneur d'accueillir Sa Majesté, le Roi d'Espagne et SAR le Grand-Duc. Dans le cadre de cette visite, un séminaire économique avait été inauguré en présence du ministre de l'Economie et du Commerce extérieur du Grand-Duché de Luxembourg et d'une importante délégation d'hommes d'affaires espagnols et luxembourgeois des secteurs économiques les plus divers. Des journées d'Opportuni-

tés d'Affaires en relation avec l'Espagne ont également lieu tous les ans, à raison d'une par an et la Chambre de Commerce organise régulièrement des visites accompagnées ou missions économiques

en Espagne. La prochaine visite accompagnée aura lieu du 26 au 28 mars prochain à Barcelone à la foire Alimentaria, le Salon International de l'Alimentation et des Boissons. ■



S.E. Arturo Avello Diez del Corral, ambassadeur d'Espagne, a été accueilli à la Chambre de Commerce par son directeur général, Pierre Gramegna, dans le cadre d'une visite de courtoisie

16 février 2012

Deux nouveaux partenaires rejoignent le réseau **b2fair**



(de g. à d.) Luisa Castelli, secrétaire général et directrice, Camera di Commercio Italo-Lussemburghese; Fabio Morvilli, président, Camera di Commercio Italo-Lussemburghese; Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce et Sabrina Sagramola, responsable des Affaires européennes et membre du **b2fair** Management Board, Département International, Chambre de Commerce

Dans le cadre de son concept **b2fair**, la Chambre de Commerce a accueilli du 16 au 18 février 2012, les partenaires officiels **b2fair** venus au Luxembourg pour la réunion annuelle des partenaires. Lors de la réunion, deux nouveaux partenaires ont signé un contrat de partenariat: «BECI – Brussels Enterprises Commerce and Industry» et la «Camera di Commercio Italo-Lussemburghese».

Le réseau de partenaires **b2fair** compte actuellement plus de 30 partenaires officiels et plus de 100 partenaires associés dans le monde entier. Ces partenaires organisent et promeuvent des événements **b2fair** dans leurs pays et régions respectifs, afin de contribuer à l'internationalisation des PME. ■

26 février 2012

Visite de Consiglio Di Nino, sénateur canadien



(de g. à d.) Peter Ivanszky, Agent politique à l'ambassade du Canada à Bruxelles; Carlo Thelen, chef du Département International de la Chambre de Commerce; Philippe Méla, secrétaire de la délégation canadienne à l'APCE; Andrée Vary, conseillère et déléguée commerciale principale à l'Ambassade du Canada à Bruxelles; Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce; Don Davies, Député canadien; Consiglio Di Nino, sénateur canadien (assis); Corneliu Chisu, député canadien; Louis de Lorimier, ambassadeur extraordinaire et plénipotentiaire du Canada; Béatrice Maillé, conseillère pour les affaires politiques, économiques et publiques; Sébastien Spano, Bibliothèque du parlement canadien et Jean-Claude Vesque, responsable des Affaires hors Europe au sein du Département International de la Chambre de Commerce

chef du Département International de la Chambre de Commerce et Jean-Claude Vesque, responsable des Affaires hors Europe au sein du Département International de la Chambre de Commerce. Consiglio Di Nino était accompagné de S.E. Louis de Lorimier, ambassadeur du Canada au BéluX et de plusieurs hauts fonctionnaires canadiens spécialistes du Canada. Les échanges ont porté sur les relations politiques entre le Canada et l'Europe et plus particulièrement entre le Canada et le Luxembourg. Des informations sur l'évolution du commerce extérieur et les échanges commerciaux entre les deux pays ont été présentées dans le cadre d'une réunion de travail. Par ailleurs, l'état d'avancement de l'accord de libre-échange entre le Canada et l'Union européenne et les avantages que procurerait un tel accord pour les entreprises canadiennes et luxembourgeoises ont été discutés. En moins de six ans, le Canada a conclu de nouveaux accords de libre-échange avec neuf pays: la Colombie, le Pérou, la Jordanie, le Panama, les Etats membres de l'Asso-

Consiglio Di Nino, sénateur canadien, a été reçu en date du 26 février 2012 par Pierre

Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, Carlo Thelen, membre du comité de direction et

Le nouvel Actros a été élu « Camion de l'année 2012 ».
Mais notre plus belle récompense reste votre confiance.



Une marque du groupe Daimler



Mercedes-Benz
Trucks you can trust

Mercedes-Benz Luxembourg S.A.

Mercedes-Benz Leudelange – 3, rue Nicolas Brosius, L-3372 Leudelange, Tél. : 26 37 26-1 (Vente et Service)

Mercedes-Benz Roost – 2, route de Cruchten, L-7759 Roost, Tél. : 26 80 85-1 (Service)

ciation européenne de libre-échange (l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège et la Suisse) et, plus récemment,

le Honduras. Ces pays viennent s'ajouter aux accords de libre-échange antérieurs conclus avec les Etats-Unis et le

Mexique, l'Etat d'Israël, le Chili et le Costa-Rica. ■

1^{er} mars 2012

Visite de S.E. Mme Mirtha Maria Hormilla Castro, Ambassadeur de Cuba



A son arrivée à la Chambre de Commerce, S.E. Mirtha Maria Hormilla Castro, ambassadeur de Cuba, a été accueillie par Carlo Thelen, membre du comité de direction

S.E. Mirtha Maria Hormilla Castro, ambassadeur de Cuba à Bruxelles, a été reçue le 1^{er} mars par Carlo Thelen, membre du comité de direction de la Chambre de Commerce. Lors de cette visite, les discussions ont porté sur les échanges économiques entre Cuba et le Luxembourg, ainsi que sur l'organisation de divers événements à la Chambre de Commerce en l'honneur de Cuba, comme par exemple, l'organisation chaque année, d'une Journée d'Opportunités d'Affaires (JOA) en relation avec Cuba. L'ambassadeur a présenté les différents secteurs en développement à Cuba. De son côté, Carlo Thelen a suggéré quelques entreprises luxembourgeoises que l'ambassadeur devrait rencontrer dans ce contexte. ■

2. März 2012

Arne Rössel neuer IHK-Hauptgeschäftsführer in Koblenz



Anlässlich einer kleinen Feierstunde im Beisein des Präsidenten der IHK Trier, Peter Adrian, bedankten sich Michel Wurth, Präsident der Handelskammer Luxemburg, und Pierre Gramegna, Hauptgeschäftsführer, bei Arne Rössel, der zum 1. April 2012 die Kammer verlassen wird

Nach gut elf Jahren an der Spitze der Industrie- und Handelskammer Trier wird der Hauptgeschäftsführer Arne Rössel (rechts im Bild) zum 1. April 2012 die IHK verlassen, um den Posten des Hauptgeschäftsführers der Industrie- und Handelskammer Koblenz zu übernehmen.

Die IHK Koblenz ist mit etwa 90.000 Mitgliedsbetrieben fast drei Mal so groß wie die Trierer IHK mit ihren 30.000 Mitgliedsbetrieben. Anlässlich einer kleinen Feierstunde im Beisein des Präsidenten der IHK Trier, Peter Adrian, bedankten sich Michel Wurth, Präsident der Handelskammer Luxemburg, und Pierre Gramegna, Hauptgeschäftsführer, beim 47-jährige Diplom-Volkswirt

für die hervorragende und langjährige Zusammenarbeit der beiden Kam-

mern. Der 42-jährige Jurist, Dr. Jan Glockauer, wird die Nachfolge von

Arne Rössel an der Spitze der IHK Trier antreten. ■

8 mars 2012

L'Ambassadeur de Chine au Luxembourg met les femmes à l'honneur



Plus d'une centaine d'invités, dont une majorité de femmes, se sont rendus à l'Ambassade de Chine pour une réception donnée à l'occasion de la Journée Internationale de la Femme

Dans le cadre de la Journée Internationale de la Femme, l'ambassadeur de Chine au Luxembourg, S.E. ZENG Xianqi, et

son épouse, LI Jianping ont tenu une réception, à laquelle de nombreux représentants des ressortissants chinois au Luxembourg, diplomates, représentants



(de g. à d.) Marie-Hélène Trouilleux, conseillère en Communication auprès de la Chambre de Commerce, S.E. Zeng Xianqi, ambassadeur de Chine, et son épouse, Li Jianping et Yaou Chen, conseillère politique auprès de l'Ambassade de Chine

de nombreuses institutions ou associations et autres personnalités ont eu le plaisir de prendre part. ■



Chambre de Commerce | 7, rue Alcide de Gasperi | L-2981 Luxembourg | www.cc.lu

ESPACE ENTREPRISES

(+352) 42 39 39 – 330

@ entreprises@cc.lu



VOTRE PARTENAIRE POUR LA RÉUSSITE.

CALENDRIER MARS – JUIN 2012

Avril

- 23 – 25** Visite d'Etat en Allemagne
- 23 – 27** Stand collectif (MECE) et événement b2fair à la Hannover Messe, Allemagne
- 30 – 3 mai** Stand collectif au salon Project Qatar à Doha, Qatar

Mai

- 7 – 11** Mission officielle à Montréal, Toronto et Vancouver, Canada
- 14 – 18** Événement b2fair «Doing Business Onsite», Indjija Industrial Zone, Belgrade, Serbie
- 24** 2^e volet du cycle de conférences «Fit4Fairs stratégie pour une participation réussie aux salons professionnels à l'étranger – Marketing & Communication»

Juin

- 4 – 8** Mission officielle à Beyrouth, Liban
- 5 – 8** Stand collectif au salon Project Lebanon à Beyrouth, Liban
- 13 – 14** Greater Region Business Days et événement b2fair

FOIRES DE MARS – JUIN 2012

MULTISECTORIEL

13.06.2012 – 14.06.2012

GR Business Days
Luxembourg (Luxembourg) – Tél.: +352 42 39 39 -370

BUREAUTIQUE, COMMUNICATION, MARKETING, TIC

03.04.2012 – 05.04.2012

Stratégie Clients – Le salon de la relation clients
Paris (France) – Tél.: +33 1 41 18 60 58

27.06.2012 – 28.06.2012

Online Marketing Show
Londres (Grande-Bretagne) – Tél.: +44 20 79 70 40 00

COMMERCE

13.05.2012 – 16.05.2012

TRADEXPO – Le Salon du commerce en volume
et de la distribution
Paris (France) – Tél.: +33 1 44 315 315

HORECA

26.03.2012 – 29.03.2012

ALIMENTARIA
Barcelone (Espagne) – Tél.: +34 93 452 18 00

INDUSTRIE – SOUS-TRAITANCE INDUSTRIELLE

23.04.2012 – 27.04.2012

HANNOVER MESSE – 1^{er} événement mondial des
technologies industrielles
Hanovre (Allemagne) – Tél.: +49 511 89 0

08.05.2012 – 11.05.2012

ELMIA
Jönköping (Suède) – Tél.: +46 36 15 20 00

10 février 2012

2012, année du Dragon



Carlo Thelen, membre du Comité de direction de la Chambre de Commerce, Mary Chow, Special Representative for Hong Kong Economic and Trade Affairs to the European Union et S.E. Monsieur Zeng Xianqi, ambassadeur de la République populaire de Chine au Grand-Duché de Luxembourg

Les Chinois vénèrent le dragon, symbole de pouvoir, de noblesse et de chance.

Le 10 février 2012, la Chambre de Commerce a célébré, avec plus de 150 invités et pour la sixième fois consécutive, le Nouvel An Chinois, lors d'une réception organisée en étroite collaboration avec le Hong Kong Economic and Trade Office.

Carlo Thelen, membre du comité de direction de la Chambre de Commerce et chef du Département International, a souligné l'intensité des relations commerciales qu'entretient le Luxembourg avec la Chine, en général, et Hong Kong en particulier. Les rôles du Grand-Duché de Luxembourg et de Hong Kong sont similaires: Hong Kong est la porte d'entrée de la Chine et le Luxembourg, une porte d'entrée pour tous les entrepreneurs qui souhaitent percer le marché européen. Depuis 2006 et suite aux visites fréquentes en Chine et à Hong Kong, les importations et exportations entre les deux pays

ont nettement augmenté. A l'occasion de l'Exposition Universelle Shanghai 2010, la Chambre de Commerce a organisé, sur le Pavillon luxembourgeois, le plus grand événement de promotion du commerce extérieur que le Grand-Duché n'ait jamais connu. Plus d'une centaine d'entreprises luxembourgeoises y ont participé pour rencontrer plus de 1.000 entreprises chinoises à Shanghai. En 2011, une visite dans l'ouest de la Chine, dans la ville Chongqing, a renforcé la relation entre le Luxembourg et cette municipalité. Suite à cette visite, des vols cargo entre le Luxembourg et Chongqing vont bientôt s'établir. En présence de l'ambassadeur de Chine S.E. Xianqi Zeng, Mary Chow, représentante spéciale du Hong Kong Economic and Trade Office à Bruxelles, a adressé ses meilleurs vœux à l'occasion des célébrations de cette nouvelle année du dragon. La soirée s'est clôturée autour d'un buffet typiquement chinois.

6-9 mars 2012

Le Luxembourg à l'affiche du MIPIM à Cannes



Le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Etienne Schneider, entouré de (de g. à d.) Sabrina Sagromola, responsable des affaires européennes à la Chambre de Commerce, Xavier Bettel, député-maire de la Ville de Luxembourg, Lydia Mutsch, députée-maire de la Ville d'Esch-sur-Alzette, Carlo Thelen, chef du Département International de la Chambre de Commerce et Sabrina Aksil, attachée à la Chambre de Commerce

Pour la septième fois consécutive, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg a mis en place un Pavillon National à l'occasion du salon MIPIM¹, Marché International des Professionnels de l'Immobilier, qui s'est déroulé du 6 au 9 mars 2012 à Cannes. 15 sociétés ou institutions luxembourgeoises exposantes² et quelque 400 visiteurs luxembourgeois et étrangers ont répondu à l'invitation de la Chambre de Commerce. Malgré la crise qui sévit toujours dans de nombreux pays en Europe, les participants, exposants et visiteurs, ont pu découvrir une multitude d'opportunités d'affaires et nouer de nombreux contacts prometteurs. Le stand collectif luxembourgeois a permis de promouvoir le Grand-Duché en tant que site d'investissements et de projets attractifs. Les entreprises luxembourgeoises, ainsi que les représentants de la Ville de Luxembourg

et d'Agora, ont pu entretenir des relations professionnelles existantes et rencontrer de nouveaux investisseurs potentiels.

Le salon MIPIM est, avec le salon Expo Real (Munich), l'un des plus grands salons de l'immobilier en Europe, et il a accueilli cette année 19.402 visiteurs de 83 pays sur une surface d'exposition de 18.936 m²³.

Dans le cadre prestigieux du Palais des Festivals de Cannes, la Chambre de Commerce a organisé la traditionnelle Journée Luxembourgeoise réunissant quelque 400 hommes d'affaires issus de nombreux pays. Cette manifestation a été ouverte par Carlo Thelen, membre du Comité de Direction de la Chambre de Commerce, qui s'est félicité de la septième participation officielle du Grand-Duché au MIPIM. Il a notamment souligné que le marché de l'immobilier luxembourgeois était en

¹ Le MIPIM est le rendez-vous international incontournable des projets immobiliers. Le salon permet de rassembler en un même lieu les utilisateurs finaux (banques, investisseurs institutionnels, conseils en immobilier d'entreprise), les villes et collectivités territoriales, les promoteurs et entreprises de construction, les chaînes hôtelières, ainsi que les divers secteurs complémentaires (avocats, architectes, experts en immobilier, urbanistes, gestionnaires d'actifs immobiliers, comptables, chaînes hôtelières, groupes d'immobilier touristique, etc.)

² Exposants sur le stand: Agora, Compagnie Luxembourgeoise d'Entreprises CLE S.A., Drees & Sommer Luxembourg S.à r.l., DSM - Di Stefano Moyse, Grossfeld PAP S.A. (Ban de Gasperich), Hochtief Luxembourg, ING Luxembourg S.A., Property Partners S.A., Solum Real Estate, SOMACO, VALERES Konstruktioun S.A. et la Ville de Luxembourg - Sponsors: Banque LBlux, Socom S.A., Thomas & Piron Luxembourg

³ Chaque année, la Chambre de Commerce met en place un stand collectif sur ces deux salons professionnels, permettant aux entreprises ou communes luxembourgeoises d'y présenter leurs services et leurs projets immobiliers et d'aménagement

08.05.2012 - 12.05.2012

PLAST - Salon international des matières plastiques et du caoutchouc
Milan (Italie) - Tél.: +39 028 22 83 756

14.05.2012 - 18.05.2012

SAJAM TEHNIKE - TECHNICAL FAIR
Belgrade (Serbie) - Tél.: +381 11 26 55 555

30.05.2012 - 02.05.2012

SUBCONIST
Istanbul (Turquie) - Tél.: +90 212 46 57 474

06.06.2012 - 07.06.2012

Espace Laser - Salon des matériels et techniques laser pour l'industrie
Mulhouse (France) - Tél.: +33 3 88 65 54 10

CONSTRUCTION

15.04.2012 - 20.04.2012

Light + Building - Salon professionnel leader mondial de l'architecture et de la technique
Francfort/Main (Allemagne) - Tél.: +49 69 75 75 0

16.04.2012 - 21.04.2012

INTERMAT - Exposition internationale de matériels et techniques pour les travaux publics, le bâtiment et l'industrie des matériaux
Paris (France) - Tél.: +33 1 76 77 11 11

02.05.2012 - 06.05.2012

YAPI - TurkeyBuild Istanbul
Istanbul (Turquie) - Tél.: +90 212 26 67 070

LOGISTIQUE ET EMBALLAGE

08.05.2012 - 10.05.2012

SMT/HYBRID/PACKAGING - Salon professionnel international et conférence sur l'intégration de systèmes dans le domaine de la microélectronique
Nuremberg (Allemagne) - Tél.: +49 711 619 46 79

22.05.2012 - 25.05.2012

AUTOMATICA - Salon international de l'automatisation et de la mécatronique
Munich (Allemagne) - Tél.: +49 89 949 20 720

08.06.2012 - 10.06.2012

MOZNEGOCIOS
Maputo (Mozambique) - Tél.: (+258) 21 430272

ENVIRONNEMENT ET ENERGIES (RENOUVELABLES) - INDUSTRIE SOLAIRE - GESTION DE DECHETS

07.05.2012 - 11.05.2012

IFAT ENTSORGA - Salon leader mondial de la gestion de l'eau, des eaux usées, des déchets et des matières premières secondaires
Munich (Allemagne) - Tél.: +49 89 949 20 285

09.05.2012 - 11.05.2012

Solarexpo - Greenbuilding
Vérone (Italie) - +39 0439 84 98 55

15.05.2012 - 18.05.2012

ÖKOTECH
Budapest (Hongrie) - Tél.: +36 1 26 36 091

13.06.2012 - 15.06.2012

Intersolar Europe - salon professionnel de l'économie solaire
Munich (Allemagne) - Tél.: +49 761 38 81 02

IMMOBILIER ET INVESTISSEMENT

23.05.2012 - 24.05.2012

Real Vienna - Vienne (Autriche) - Tél.: +43 1 72 72 00

INDUSTRIE AUTOMOBILE**24.05.2012 – 03.06.2012**AUTOMOVIL
Madrid (Espagne) – Tél.: +34 91 72 23 000**02.06.2012 – 10.06.2012**AMI – AUTO MOBIL INTERNATIONAL
Leipzig (Allemagne) – Tél.: +49 341 678 0**13.06.2012 – 14.06.2012**Forum de l'Industrie Automobile
GR Business Days
Luxembourg (Luxembourg)
Tél.: +352 42 39 39 – 370**RECHERCHE & DEVELOPPEMENT****17.04.2012 – 20.04.2012**analytica – Salon professionnel international
pour l'analyse instrumentale, les techniques
de laboratoire et la biotechnologie avec
analytica Conference
Munich (Allemagne) – Tél.: +49 89 949 20 720**18.06.2012 – 22.06.2012**ACHEMA – World Exhibition Congress –
Chemical Engineering –
Environmental Protection – Biotechnology
Francfort/Main (Allemagne) – Tél.: +49 69 75 64 0

bonne santé par rapport à d'autres marchés européens, avec un taux d'occupation de 6,4 %, un des taux les plus bas d'Europe. Bien que le Luxembourg ait été touché par la crise – comme en témoignent une perspective de croissance de seulement 1,4 % en 2012 et un taux de chômage en hausse continue –, le pays conserve des atouts et des avantages par rapport à ses principaux concurrents, comme la stabilité politique et financière, le Luxembourg étant l'un des rares pays en Europe bénéficiant d'une notation AAA. Par ailleurs, le principal partenaire commercial du Luxembourg, en l'occurrence l'Allemagne – qui est pays d'honneur au MIPIM 2012 –, fait preuve d'une bonne résistance face à la crise, ce qui peut avoir un impact positif sur les entreprises luxembourgeoises qui y exportent leurs biens ou services et ce qui peut aussi générer des investissements allemands au Grand-Duché, en



particulier dans le domaine de l'immobilier d'entreprise.

Etienne Schneider, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, a, quant à lui, présenté les diverses opportunités et les défis de l'économie luxembourgeoise en mettant l'accent sur la situation géographique idéale et stratégique du pays et son environnement international et multiculturel. Le Luxembourg reste une terre d'accueil d'investissements étrangers de premier choix, notamment en raison des fondamentaux macro-économiques équilibrés, de la stabilité politique et sociale, d'une réglementation légale et fiscale attrayante et d'infrastructures matérielles et immatérielles modernes. Le ministre a par ailleurs insisté sur le fait qu'en dépit de ses atouts, le Grand-Duché ne devait pas se reposer sur ses lauriers, mais maintenir avant tout l'avantage compétitif qu'il a sur ses concurrents européens.

Les projets en cours pour la Ville de Luxembourg ont été présentés par le député-maire, Xavier Bettel, qui a mis en avant les multiples facettes de la capitale, ainsi que la diversité de sa population qui en font une plate-forme attrayante combinant qualité de vie élevée pour les résidents et opportunités d'affaires attrayantes. L'un des défis majeurs de la Ville de Luxembourg sera de reconsidérer, avec les promoteurs immobiliers, le prix du mètre carré de ses logements pour maintenir son

taux de population et attirer davantage de monde. Le bourgmestre a également souligné l'ampleur et la diversité des projets en cours pour la Ville de Luxembourg qui se trouve idéalement au cœur d'une agglomération en pleine croissance, en mentionnant notamment le projet Hamilius. En outre, Xavier Bettel a présenté le système de suivi de dossiers en matière de permis de construire de la Ville de Luxembourg, qui sera prochainement mis en place et permettra aux maîtres d'œuvre de connaître en temps réel l'état d'avancement de leur dossier pour davantage de transparence.

Lydia Mutsch, députée-maire de la ville d'Esch-sur-Alzette, a mis en avant le site de Belval en soulignant l'envergure de ce projet qui, au cours de la dernière décennie, s'est développé de manière spectaculaire. Les réseaux routiers existants et futurs permettront un accès facile et rapide au site, qui accueillera outre l'Université du Luxembourg, les Centres de Recherche Publics et les laboratoires scientifiques. Des zones commerciales, d'habitations et de détente assureront un aménagement diversifié et attractif de cet espace. Le site accueille d'ores et déjà quotidiennement plus de 3.000 employés et en comptera plus de 20.000 d'ici quelques années, ce qui aura un impact économique positif sur toute la région du sud du pays, ainsi que sur les régions transfrontalières. ■

28-29 mars 2012

Rencontres industrielles Lorraine – Nord Pas de Calais – Belgique – Luxembourg

A l'initiative de «Total Développement Régional», la CCI International Lorraine orga-

nise, en partenariat avec la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, la CCI International Nord de

France et Agoria (Fédération belge de l'industrie technologique), les premières rencontres industrielles entre PME de

Lorraine, du Nord Pas de Calais, de Belgique et du Luxembourg. L'événement aura lieu les 28 et 29 mars 2012 à Namur.

Cet événement accueillera de grands donneurs d'ordre, tels qu'Electrabel, Dassault Aviation, Renault et Caterpillar, à la recherche de nouvelles solutions contribuant à l'amélioration conti-

nue de l'offre et de la compétitivité de leur filière industrielle.

Une table ronde et un programme de rendez-vous individuels permettront d'identifier de nouvelles opportunités de collaboration, de rencontrer de futurs partenaires français, belges ou luxembourgeois, d'assurer une veille sur l'offre

du marché tout en développant le réseau de chaque entreprise.

Ces rencontres concernent les entreprises des secteurs: automobile, aéronautique, ferroviaire, maintenance industrielle, environnement, énergie et mécanique.

Pour de plus amples informations: **Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg**
Département International – Personne de contact: Niels Dickens –
Tél.: (+352) 42 39 39 360 – Fax: +352 43 83 26 – E-mail: international@cc.lu

11 April 2012

Business Day with the Luxembourg Trade and Investment Offices

The Luxembourg Trade and Investment Offices (LTIO) offer comprehensive information about Luxembourg as a business location as well as a tailor-made investment assistance and other complimentary inbound investment consultancy services for companies interested in setting up in Luxembourg.

Their executive teams offer personalized services and provide companies with the following assistance:

- information on cost including wages and taxes, entry and immigration, human resources and other framework regulations in Luxembourg;
- advice on financing and incentive opportunities;

- access to high-ranking government officials and other key network contacts;
- practical help including visits to office and industrial parks;
- continuing support offering the opportunity for investors to raise their concerns and issues to the government after settling in.

At present Luxembourg has 10 Trade and Investment Offices in 8 different countries:

- | | |
|---------------|-----------|
| • China | Shanghai |
| • India | New-Delhi |
| • Israel | Tel Aviv |
| • Japan | Tokyo |
| • South Korea | Seoul |

- | | |
|-----------------|---------------------------|
| • Taiwan | Taipei |
| • United States | San-Francisco
New York |
| • U.A.E. | Abu Dhabi
Dubai |

These offices are also an efficient network for Luxembourg companies to do business out of Luxembourg with the respective countries of the LTIO's.

We therefore kindly invite you to come and meet the Representatives of the LTIO's at the Chamber of Commerce on Wednesday, 11th April 2012. We will mail an invitation and a registration form shortly.

For all further questions, please feel free to contact Viviane Hoor
Phone: (+352) 42 39 39-315 – E-mail: viviane.hoor@cc.lu

23.-25. April 2012

Wirtschaftsdelegation nach Berlin und Hannover

Anlässlich des geplanten Besuchs Ihrer Königlichen Hoheiten dem Großherzog und der Großherzogin von Luxemburg nach Deutschland, organisiert die Handelskammer Luxemburg in Zusammenarbeit mit FEDIL Business Federation, Luxinnovation und den Agenturen Lux-

embourg for Business und Luxembourg for Finance vom 23.-25. April 2012 eine Wirtschaftsdelegation nach Berlin und zur Hannover Messe.

Dieser Staatsbesuch stellt eine Gelegenheit dar, die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und Luxemburg zu festigen und weiter aus-

zubauen. Beide Märkte sind bereits eng miteinander verknüpft. So ist Deutschland mit 11,6 Milliarden EUR im Jahr 2010 Luxemburgs wichtigstes Abnehmerland (Dienstleistungen: 8,6 Milliarden EUR, Güter: 3 Milliarden EUR). Von den 143 in Luxemburg ansässigen Banken sind 42 deutscher Herkunft.

Etwa ein Sechstel der in Luxemburg ansässigen Investmentfonds stammen aus Deutschland.

Erstmals wird die luxemburgische Wirtschaft sich im Rahmen einer Delegation clusterspezifisch darstellen und dabei folgende Schwerpunkte präsentieren: Regenerative Energien, ICT, Forschung & Medizin, Logistik und Finanzen. Am 24. April sind Besuche bei dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), der Industrie- und Handelskammer Berlin, sowie bei Technologiezentren und Forschungsinstituten vorgesehen. Die luxemburgischen Unternehmen können somit einen Einblick in die neuesten Entwicklungen der verschiedenen Sektoren in Deutschland bekommen und auch an einem interessanten Austausch zum Thema Innovation teilnehmen. Für den Finanzsektor organisiert Luxembourg for Finance in Kooperation mit dem Bundesverband Deutscher Banken ein Tischgespräch in Anwesenheit der

Finanzminister Wolfgang Schäuble und Luc Frieden zum Thema „Welche Rolle haben die europäischen Finanzzentren in der globalisierten Finanzwelt?“

Am 24. April abends laden II.KK.HH. der Großherzog und die Großherzogin zu einem gemeinsamen Abendempfang mit deutschen Vertretern aus Politik und Wirtschaft ein. Im Rahmen des Empfanges wird außerdem die Ausstellung, die den Schatz des luxemburger Hauses zeigt, offiziell eröffnet. Die Ausstellung ist vom 25. April bis 03. Juni 2012 im Zeughaus in Berlin zu besichtigen und wird in Kooperation mit dem Deutsch Historischen Museum organisiert.

Am 25. April reist die Delegation weiter zur Hannover Messe. Hier besteht die Möglichkeit die Messe zu besuchen und an B2B Treffen teilzunehmen, die organisiert werden über die *b2fair*-Plattform der Handelskammer Luxemburg. Mittags findet ein Empfang am luxemburgischen Stand statt in Anwesenheit

des Erbgroßherzogs Guillaume und des Wirtschaftsministers Etienne Schneider.

Interessierte Unternehmen sind herzlich eingeladen an der Delegation teilzunehmen. Anmeldeschluss ist der 19. März 2012. Frau Andreja Wirtz, Email: andreja.wirtz@cc.lu und Frau Anne-Marie Loesch, E-mail: anne-marie.loesch@cc.lu (Tel.: (+352) 42 39 39-1) von der Handelskammer nehmen Anmeldungen gerne entgegen und stehen für Informationen und Rückfragen jederzeit zur Verfügung.

Frau Cindy Tereba, Wirtschafts- und Handelsattachée an der luxemburgischen Botschaft in Berlin (E-mail: cindy.tereba@cc.lu, Tel.: (+49) 30 26 39-570) ist ebenfalls in die Vorbereitung der Wirtschaftsdelegation eingebunden und unterstützt auch darüber hinaus interessierte luxemburgische Unternehmen bei ihren Geschäftsaktivitäten in Deutschland. ■

Für weitere Informationen über die Staatsbesuche, steht Ihnen der Internationale Geschäftsbereich jederzeit gerne zur Verfügung.

Kontaktpersonen: Anne-Marie Loesch/Viviane Hoor – Tel: (+352) 42 39 39-312/315 – E-mail: international@cc.lu

7-11 May 2012

Official mission to Canada



© Matt Kwok - Fotolia.com

The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg, in close cooperation

with the Ministry of the Economy and Foreign Trade and the Agency Luxembourg for Business, will organize a multi-sectoral mission to Canada. The delegation will be led by H.R.H. the Hereditary Grand Duke of Luxembourg and the Minister of the Economy and Foreign Trade, Mr Etienne Schneider. During this mission the delegation will visit Montreal (7th and 8th March), Toronto (9th March) and Vancouver (10th and 11th March) where subsequent business matchmaking will be organised by the Chamber of Commerce. Furthermore this mis-

sion will particularly focus on the ICT, the eco-technology and the bio-technology sectors and thematic workshops will be organised in close cooperation with selected partner organisations.

In order to give you further insights about the Canadian market, the Chamber of Commerce will host on 28th March 2012 a seminar where sector-specific information will be presented together with the more general business opportunities. ■

For further information about this upcoming official mission and about the seminar you can contact the International Department. Contact person: Daniel Sahr – Tel: (+352) 42 39 39-313 – E-mail: daniel.sahr@cc.lu

C'EST DANS LA TOURMENTE QU'UNE BONNE GESTION PORTE SES FRUITS



Quand les marchés financiers sont à la hausse, il est aisé d'afficher des rendements attractifs. Il en va tout autrement lorsqu'ils sont dans la tourmente. À la Banque de Luxembourg, notre politique d'investissement poursuit un seul objectif: vous offrir des performances régulières et supérieures à la moyenne sur le long terme.



La Banque de Luxembourg élue meilleur gestionnaire européen sur 7 ans
et meilleur gestionnaire luxembourgeois aux Grands Prix Eurofonds 2012

www.banquedeluxembourg.lu
ou rendez-vous 14 boulevard Royal, Luxembourg
Tél. : 48 14 14

**BANQUE
DE LUXEMBOURG**

26 mars 2012

Cycle de conférences «Fit4Fairs: Stratégies pour une participation réussie aux salons professionnels à l'étranger» – 1^{er} volet: Stratégie, Planification & Financement



Afin de contribuer au développement international des entreprises luxembourgeoises et de favoriser au mieux l'expansion de leurs activités vers les marchés étrangers, la Chambre de Commerce, dans le cadre de ses activités d'Enterprise Europe Network, organise le premier volet de son cycle de conférences «Fit4Fairs: Stratégies pour une participation réussie aux salons professionnels à l'étranger – Stratégie, Planification & Financement», qui aura lieu le lundi 26 mars 2012 de 9h00 à 14h30 au Centre de Conférences de la Chambre de Commerce.

Tremplin vers la scène internationale, les foires et salons spécialisés représentent un outil de communication unique permettant des prises de contact directes et concrètes pour favoriser et maximiser les échanges entre les entrepreneurs.

A la fois lieu de rencontres, d'échanges et d'information sur les marchés, les salons professionnels sont aussi l'occasion pour les entreprises qui souhaitent se développer à l'international de rencontrer sur une courte durée un nombre important de clients ou de fournisseurs potentiels. Il est donc primordial pour une entreprise qui a l'intention de visiter un salon ou de tenir un stand de bien prépa-

rer sa présence pour en tirer les meilleurs bénéfices et en multiplier les retombées.

Toute participation à un salon doit être rigoureusement préparée car elle représente une stratégie globale avec différentes étapes à respecter. Ainsi, dans un contexte de marché de plus en plus concurrentiel, il est fondamental d'informer, de sensibiliser et de préparer les petites et moyennes entreprises luxembourgeoises en vue de leur faire profiter pleinement du potentiel offert par ces vitrines industrielles, technologiques et commerciales.

La présente manifestation s'inscrit dans le cadre d'un cycle complet

Pour de plus amples renseignements, l'Enterprise Europe Network de la Chambre de Commerce se tient à votre entière disposition:

Tél.: (+352) 42 39 39-333 – Fax: (+352) 43 83 26 – E-mail: een@cc.lu

Personnes de contact: Sabrina Aksil/Joëlle Benguigui

de 3 conférences dont la première sera axée sur la stratégie, la planification et le financement. Les deux autres volets aborderont respectivement le 24 mai prochain l'aspect marketing et communication, et le suivi et les mesures d'impact de l'opération le 28 septembre prochain. Le but de cette initiative est qu'au terme

de ce cycle de conférences, les entreprises participantes soient prêtes à mettre en œuvre toute une stratégie globale pour réussir et rentabiliser leur participation aux salons professionnels à l'étranger. Les entreprises qui auront le mieux préparé en amont l'événement obtiendront le meilleur retour sur investissement.

Si vous souhaitez participer à cet événement, inscrivez-vous dès maintenant en nous renvoyant le bulletin d'inscription, ci-dessous, dûment complété par courrier, par fax, ou par e-mail pour le **vendredi 23 mars 2012 au plus tard**. La conférence est gratuite. ■

FORMULAIRE D'INSCRIPTION – Merkur Mars 2012 • à remplir en lettres majuscules (toutes les mentions sont obligatoires)

Raison sociale: _____
Personne de contact: _____
Fonction: _____
Adresse: _____
Code postal/localité: _____
Téléphone: _____
Fax: _____
E-mail: _____@_____

Souhaite obtenir des informations sur la conférence «**Fit4Fairs: Stratégies pour une participation réussie aux salons professionnels à l'étranger – Stratégie, Planification & Financement**» qui aura lieu le lundi 26 mars 2012 de 09h00 à 14h30 à la Chambre de Commerce.

Souhaite s'inscrire à la conférence «**Fit4Fairs: Stratégies pour une participation réussie aux salons professionnels à l'étranger – Stratégie, Planification & Financement**» qui aura lieu le lundi 26 mars 2012 de 09h00 à 14h30 à la Chambre de Commerce.

Souhaite obtenir des informations sur les deux autres volets du cycle de conférences complémentaires à la présente manifestation, à savoir «**Marketing & Communication**» et «**Follow-up & Mesures d'impact de l'opération**», pour lesquels une invitation sera envoyée ultérieurement.

Date: _____

Signature: _____

Merci de retourner le présent formulaire par courrier ou par fax à l'adresse suivante:

**Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Enterprise Europe Network – Luxembourg**

L-2981 Luxembourg

Personnes de contact: Sabrina Aksil/Joëlle Benguiguil

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

E-mail: een@cc.lu

BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires

En raison de l'internationalisation de l'économie, les PME souhaitant sortir de leurs frontières et conquérir de nouveaux marchés peuvent soit décider de le faire seules, soit conclure des coopérations avec des PME situées dans les Etats visés. Une entreprise optant pour le partenariat a ainsi le choix entre plusieurs types de partenariats:

■ Le partenariat commercial:

- La prospection des marchés
- La promotion des produits
- La distribution des produits

- Le contrat de distribution, de distribution réciproque, de concession, d'agence, de franchise, de marketing et de portage

■ Le partenariat industriel:

- La fabrication commune des produits
- La sous-traitance stratégique
- Les achats groupés
- La logistique commune

■ Le partenariat technologique:

- Le transfert de technologie et de savoir-faire

- La sous-traitance stratégique
- La soumission et exécution en commun de programmes de recherche
- La conception et le développement, adaptation de nouveaux produits en commun

■ Les formes participatives de partenariat:

- La joint venture
- Le groupement d'intérêt économique et le groupement européen d'intérêt économique
- La prise de participation

- Les groupements momentanés d'entreprises.

Pour faire face à de nouveaux marchés et à la concurrence, le partenariat apparaît comme étant une des solutions pouvant permettre à toute PME/PMI disposant de moyens limités face à de grandes entreprises de devenir une entreprise concurrente non négligeable sur le marché européen, voire mondial.

Il s'agit de réaliser à plusieurs ce qui est plus difficile à faire seul. Etre actif sur le marché international implique qu'une entreprise soit présente sur plusieurs marchés nationaux ne répondant pas forcément aux mêmes règles, et un marché international où les concurrents sont

encore plus nombreux que sur le marché national ou européen. Le partenariat permet ainsi aux entreprises de petite et de moyenne taille de diminuer ces risques.

Au vu du nombre d'offres de coopération existantes, Enterprise Europe Network-Luxembourg vous propose la possibilité d'entrer en contact avec des partenaires potentiels, en répondant à une des propositions d'affaires émanant aussi bien d'entreprises luxembourgeoises, de la Grande Région, ou situées dans l'un des 27 Etats membres de l'Union européenne, dans un pays candidat à l'adhésion ou dans un Etat tiers où le réseau est représenté.

Si vous êtes intéressés par une offre de coopération bien déterminée, vous pou-

vez recevoir les coordonnées de la société, une description de son offre, ainsi que des informations diverses sur son fonctionnement (capital, chiffre d'affaires, expériences internationales, etc.).

Vous pouvez aussi soumettre une offre de recherche de coopération en contactant Enterprise Europe Network-Luxembourg auprès de la Chambre de Commerce. Une entrevue peut également être arrangée sur simple demande:

Chambre de Commerce – Enterprise Europe Network – Luxembourg

Tél.: (+352) 42 39 39-333

Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: een@cc.lu

OFFRES DE COOPERATION

- 1 Société française, spécialisée dans la haute joaillerie avec une expérience de 60 ans comme fabricant pour les plus grandes marques du monde, crée, dessine et produit de la haute joaillerie pour sa propre marque déjà commercialisée aux Etats-Unis en Europe et en Asie, recherche des distributeurs au Luxembourg (EEN-20120210)
- 2 Société irlandaise, spécialisée dans l'offre de cours en relations publiques, gestion d'événements et journalisme, propose ses services (EEN-20111110008)
- 3 Société polonaise, spécialisée dans l'industrie métallurgique, propose ses services de distribution (EEN-20120223030)
- 4 Société suédoise, spécialisée dans le design de matériels de jardin, recherche un fabricant de vêtements pour femmes notamment de vêtements pour le travail de jardin (EEN-20120216011)
- 5 Société roumaine, spécialisée dans la production de compléments alimentaires, recherche des distributeurs (EEN-20120210038)
- 6 Société allemande de développement, spécialisée dans le domaine de l'énergie éolienne, recherche des partenaires pour créer une joint venture pour le marché allemand des éoliennes offshore (EEN-20120209060)
- 7 Société de recherche russe, spécialisée dans le développement et la fabrication de la technologie du laser médical, recherche des sociétés médicales souhaitant créer une joint venture pour la production de lasers pour la thérapie photodynamique du cancer ainsi que les lasers thérapeutiques (EEN-20120209048)
- 8 Société turque, spécialisée dans la production de films PVC, recherche des distributeurs (EEN-20120208016)
- 9 Société italienne, spécialisée dans la production artisanale de vins, recherche des agents commerciaux et des distributeurs (EEN-20120207044)
- 10 Société roumaine, spécialisée dans les tests et le développement de services de logiciels, propose ses services comme distributeur et de sous-traitance (EEN-20120207032)

BON DE COMMANDE – BOA – Merkur Mars 2012 • à remplir en lettres majuscules (toutes les mentions sont obligatoires)

Entreprise: _____

Numéro au RCS: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

1 2 3 4 5 6

7 8 9 10

Date: _____

Signature: _____

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International

Enterprise Europe Network – Luxembourg

L-2981 Luxembourg

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

E-mail: een@cc.lu

Textes européens publiés du 11 janvier au 28 février 2012

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

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

Pour obtenir un ou plusieurs des documents listés, il vous suffit de nous retourner le bon de commande en

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

Communications publiées du 11 janvier au 28 février 2012

- | | | |
|---|--------------|--|
| 1 | 2012/C 24/08 | Avis du CESE sur «L'informatique en nuage (cloud computing) en Europe» (avis d'initiative) |
| 2 | 2012/C 43/06 | Avis du CESE sur le «Rapport de la Commission sur la politique de concurrence 2010» |

Décisions publiées du 11 janvier au 28 février 2012

- | | | |
|---|------------|---|
| 3 | 2012/88/UE | Spécification technique d'interopérabilité concernant les sous-systèmes «contrôle-commande et signalisation» du système ferroviaire transeuropéen |
|---|------------|---|

Directives publiées du 11 janvier au 28 février 2012

- | | | |
|---|------------|---|
| 4 | 2011/92/UE | Evaluation des incidences de certains projets publics et privés sur l'environnement |
|---|------------|---|

Règlements publiés du 11 janvier au 28 février 2012

- | | | |
|---|----------|--|
| 5 | 125/2012 | Modification de l'annexe XIV du règlement (CE) 1907/2006 concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances (REACH) |
| 6 | 156/2012 | Modification des annexes I à IV du règlement (CE) 44/2001 concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale |
| 7 | 164/2012 | Modifiant de l'annexe III du règlement (CE) 110/2008 concernant la définition, la désignation, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des boissons spiritueuses |

BON DE COMMANDE – Textes européens – Merkur Mars 2012 • à remplir en lettres majuscules

Entreprise: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

Nous souhaitons recevoir les textes législatifs suivants:

- en français en allemand
 en anglais autre (à préciser) _____
- 1 2 3 4 5
 6 7

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

Emploi et formation

Fit4Commerce: une nouvelle initiative pour l'emploi



Dans le cadre d'une conférence de presse, le ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Immigration, Nicolas Schmit a présenté le projet Fit4Commerce, en présence de Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, Thierry Nothum, directeur de la clc et Pol Wagner, directeur de l'IUIL

Le projet Fit4Commerce, développé par le ministère du Travail et de l'Emploi, ensemble avec les professionnels du secteur a été récemment présenté dans les locaux du ministère du Travail et de l'Emploi dans le cadre d'une conférence de presse.

A cette occasion le ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Immigration Nicolas Schmit, a présenté ensemble avec Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, Thierry Nothum, directeur de la clc et Pol Wagner, directeur de l'IUIL cette nouvelle initiative.

Le commerce de détail est un des secteurs les plus dynamiques en matière de création d'emplois. En outre, les exigences des consommateurs et une concurrence accrue dans la Grande Région, impliquent une forte orientation sur la qualité du service et dès lors le développement des compétences des salariés. A cela s'ajoute une inadéquation entre les offres d'emploi disponibles dans le secteur concerné et les demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM. Le projet «Fit4Commerce» a pour objectif de favoriser l'insertion et la réinsertion professionnelle par

l'augmentation de l'employabilité des demandeurs d'emploi. Pour ce faire, le «Fit4Commerce» adopte une méthodologie qui se base sur le diagnostic des compétences des demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM suivi par des formations individualisées.

Lors de son intervention, Nicolas Schmit a précisé que le Gouvernement soutient cette politique proactive de l'emploi, dont le concept «Fit4Job» est un pilier important. Après que le concept «Fit4Job» ait fait ses preuves dans le secteur financier et le secteur du génie civil, l'approche est désormais étendue à d'autres secteurs dont le commerce («Fit4Commerce»). Nicolas Schmit a précisé que l'atout du concept consiste dans une approche commune réunissant les demandeurs d'emploi, les professionnels du secteur et l'ADEM dans un souci de proposer des solutions sur mesure à la fois pour les demandeurs d'emploi et le secteur du commerce.

«Fit4Commerce» – un projet innovant

Les objectifs retenus dans le projet «Fit4Commerce» ne peuvent être atteints qu'à travers une méthodolo-

gie bien précise et un plan d'action à quatre niveaux.

Dans un premier temps, les partenaires du projet ont procédé à l'identification des postes de travail à pourvoir dans les mois à venir. L'élaboration des descriptifs de postes correspondants, ainsi que l'identification des corridors idéaux de compétences ont été réalisées en collaboration avec l'Observatoire des Compétences et les entreprises de la grande distribution.

En outre, les descriptifs de poste se basent sur les fiches métiers du ROME (répertoire opérationnel des métiers) utilisés à l'ADEM.

Dès 2012, le projet prévoit, dans une seconde étape, la sélection des demandeurs d'emploi à travers la réalisation d'ateliers d'information et de sélection. Les bilans de compétences et les entretiens individuels fourniront des informations précises concernant les profils des demandeurs d'emploi et permettront une comparaison de ces derniers avec les corridors idéaux de compétences définis pour les différentes fonctions lors de la première phase.

La troisième phase vise le développement et la mise en place d'un pro-

gramme de formation individualisé pour mettre à niveau, si besoin en est, les compétences des demandeurs d'emploi. Ce programme modulaire est élaboré sur base des corridors idéaux de compétences et se caractérise par une flexibilité permettant la définition de programmes individuels de formation.

Afin d'optimiser les chances d'insertion voire de réinsertion professionnelle et la réussite des participants dans leur nouvel emploi, cette troisième phase prévoit également un encadrement et un suivi des demandeurs d'emploi.

Soulignons que la participation des entreprises aux ateliers de recrutement favorisera le recrutement des demandeurs d'emploi.

Plusieurs séances d'information pour les demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM auront lieu à l'agence de Luxembourg, au 10 rue Bender. Pour de plus amples informations, veuillez visiter le site web www.fit4commerce.lu ou veuillez contacter:

Ministère du Travail et de l'Emploi	clc
Patrice Furlani patrice.furlani@mt.etat.lu Tel : 2478 6119	Silvia TEIXEIRA silvia.teixeira@clc.lu Tel : 43 94 44 1
ADEM	LSC
10, rue Bender L-1229 Luxembourg	Sylvia RIDLESPRIGE Sylvia.ridlesprige@lsc.lu Tel : 42 3939 220
Fred LION fred.lion@adem.etat.lu	IUIL
Lis TRIERWEILER lis.trierweiler@adem.etat.lu	Diane DURINCK diane.durinck@iuil.lu Tel: 26 15 92 14
Mathieu TROIAN mathieu.troian@adem.etat.lu	

Remise des CATP, CITP, DAP et DT

Formation professionnelle: plus de jeunes, mieux formés

C'est devant un large parterre au Grand Théâtre de la Ville de Luxembourg que la Chambre de Commerce et sa Luxembourg School for Commerce, ont organisée de concert avec la Chambre des salariés la remise solennelle des CATP (Certificat d'Aptitude Technique et Professionnelle) et CITP (Certificat d'Initiation Technique et Professionnelle), ainsi que les premiers DAP (Diplôme d'Aptitude Professionnelle) et DT (Diplôme de Technicien), suite à l'implémentation de la réforme de la formation professionnelle. A cette occasion 755 jeunes lauréats ont été honorés en présence de Mady Delvaux-Stehres, ministre de l'Education nationale et de la Formation professionnelle. Dans leurs discours Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, et Jean-Claude Reding, président de la Chambre des salariés (CSL) ont commenté la situation actuelle de la formation professionnelle initiale et ont mis en avant l'importance de la réforme de la formation professionnelle.

Lors de son allocution de bienvenue devant 900 invités, Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, s'est réjoui de pouvoir confirmer l'évolution positive de l'apprentis-

sage pour les années 2011 et 2012. Deux indicateurs confirment cette observation: pas moins de 755 diplômes, représentant un taux de réussite de 82,48 %, ont été délivrés et 880 nouveaux contrats ont pu être enregistrés à la rentrée scolaire 2011-2012, un chiffre qui n'a pas encore été atteint jusqu'à présent.

Pierre Gramegna a appelé les entreprises souhaitant engager un apprenti, à déclarer leurs postes d'apprentissage

et postes de stage vacants auprès de l'ADEM-Service de l'Orientation Professionnelle, lors de la prochaine campagne de prospection.

Dans son discours Jean-Claude Reding a insisté sur la nécessité de conférer une image forte et positive à la formation professionnelle et d'en faire une filière d'excellence pour la formation et l'accès à l'emploi. Il a constaté avec satisfaction que le dispositif de la



Mady Delvaux-Stehres, ministre de l'Education nationale et de la Formation professionnelle était présente à la remise solennelle des diplômes



755 jeunes lauréats ont été honorés en présence de Mady Delvaux-Stehres, ministre de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle, au Grand Théâtre de la Ville de Luxembourg



775 jeunes lauréats se sont vus remettre leur certificat.

VAE (validation des acquis de l'expérience) a également permis à des personnes de se voir décerner un diplôme. En ce qui concerne l'orientation professionnelle, le président de la CSL a préconisé le renforcement de la VAE afin de soutenir l'apprentissage à tout âge.

Il reste encore des efforts à fournir pour promouvoir la formation professionnelle initiale: lors de la rentrée 2011-2012, environ 250 postes d'apprentissage sont restés vacants, alors qu'un certain nombre de jeunes n'ont pas trouvé d'entreprise formatrice.

Trois éléments expliquent ce phénomène. Premièrement, on constate souvent un faible niveau de qualification des jeunes à la recherche d'un contrat

d'apprentissage, deuxièmement, les exigences des entreprises vont croissant pour répondre aux nécessités de performance sur un marché concurrentiel et troisièmement, le système d'orientation est encore insuffisamment performant.

La réforme de la formation professionnelle – vers une meilleure qualité de l'apprentissage

La Chambre de Commerce et la Chambre des salariés saluent les efforts déjà entamés pour améliorer cette situation. Ainsi, l'implémentation de la réforme de la formation professionnelle devrait renforcer le partenariat entre le monde scolaire et le monde économique.

Les deux chambres se réjouissent qu'à la rentrée 2011-2012, toutes les professions sous leur responsabilité, à part le DT administratif et commercial, ont démarré sous le régime réformé. Pour assurer une meilleure qualité de la formation initiale dans le cadre de la réforme, les deux chambres professionnelles ont établi une procédure commune pour accorder le droit de former aux entreprises. Elles ont également insisté sur l'introduction d'une formation pour tuteurs. Cette dernière a été lancée en 2010 par la LSC et a pour objectif d'outiller les tuteurs des apprentis avec les compétences qui leurs permettent de construire un parcours de formation adapté. Jusqu'à présent, plus de 1.000 tuteurs ont été formés dans le Centre de formation de la Chambre de Commerce.

Afin de renforcer la qualité de l'apprentissage dans le commerce, la LSC offre depuis la rentrée de septembre 2010, respectivement 2011, des cours de «Culture du service» et de «Connaissances de base des produits» faisant partie intégrante de la formation pratique en entreprise pour les apprentis du DAP-conseiller en vente.

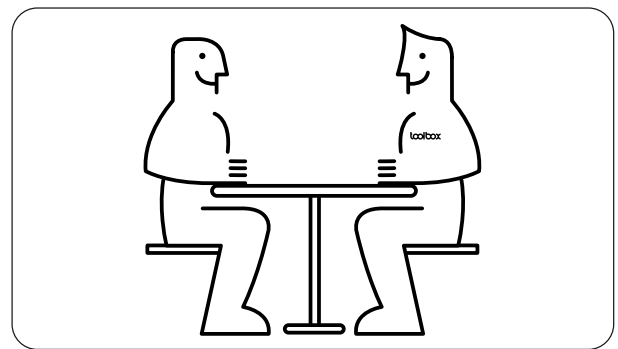
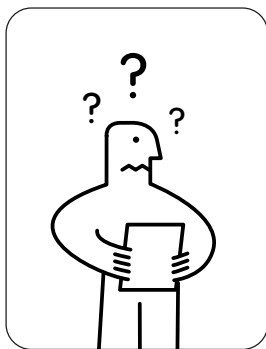
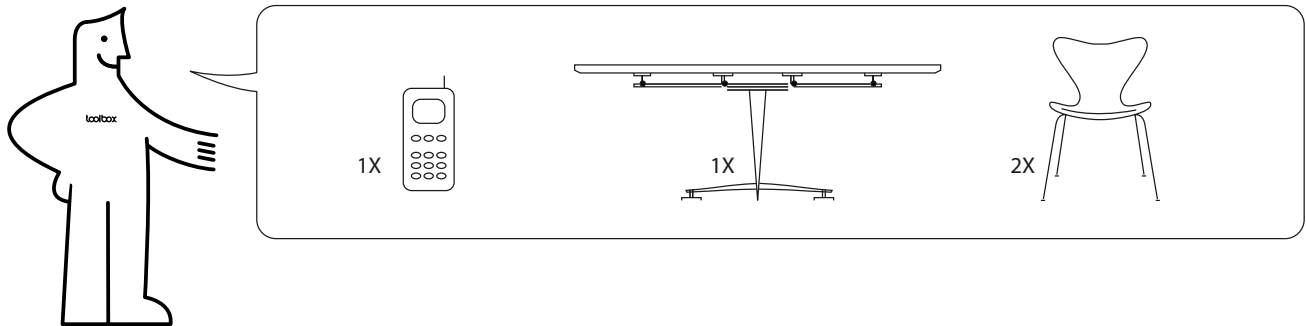
Pour répondre au mieux aux défis d'une société de la connaissance, les deux chambres professionnelles affichent clairement leur volonté de garantir aux apprentis une formation de qualité, en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle, et les autres acteurs de la formation, et ce dans l'intérêt de la compétitivité des entreprises et du développement individuel des hommes et des femmes travaillant au Luxembourg.

Les efforts menés par tous les partenaires de la formation professionnelle convergent vers un but commun, à savoir organiser et opérer un système de formation professionnelle initiale performant pour conférer au plus grand nombre possible de jeunes une qualification professionnelle certifiée valant clé d'entrée sur le marché de l'emploi.

Madame la ministre Mady Delvaux-Stehres a félicité les lauréats pour leurs performances. Elle a remercié tous les acteurs, chambres professionnelles, lycées et entreprises-formatrices pour leur engagement inlassable dans la formation professionnelle initiale, afin de mener à bien l'implémentation de la réforme. ■

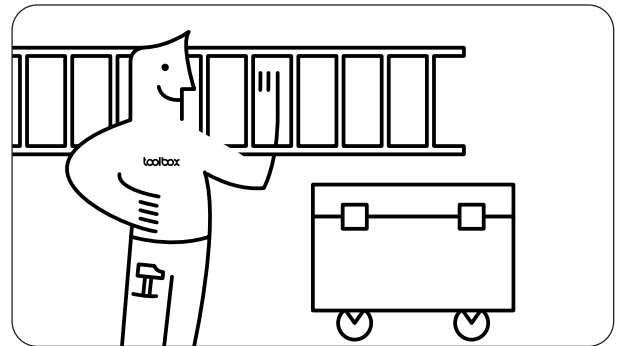
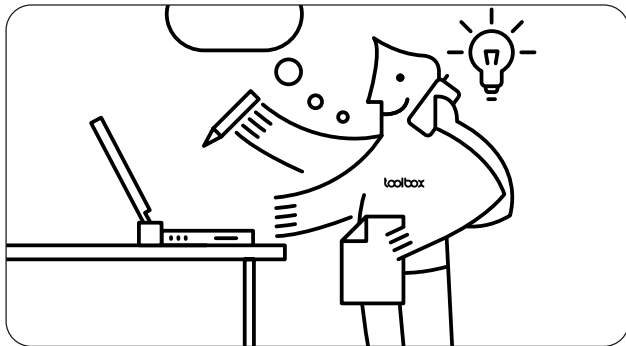
Pour plus d'informations: Luxembourg School for Commerce
Tél.: (+352) 42 39 39-220 – E-mail: info@lsc.lu – www.lsc.lu

CÖMMENT MONTER PLUS FACILEMENT VÖTRE ÉVÉNEMENT



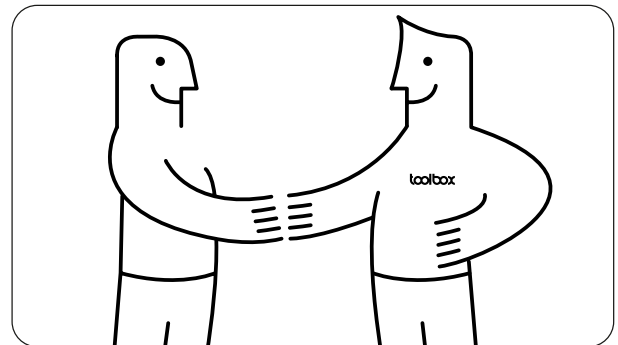
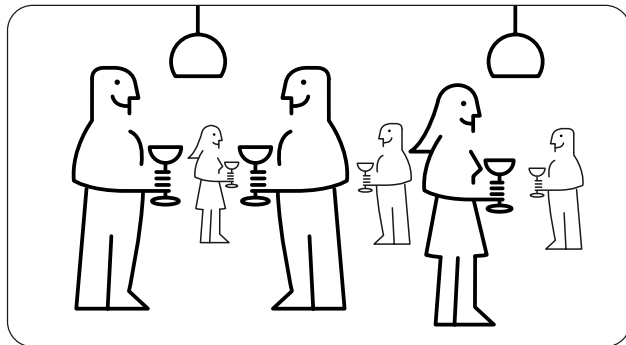
1. Appelez **toolbox**

2. Expliquez et définissez vos besoins



3. Nous recherchons les solutions adaptées

4. Nous produisons et nous coordonnons les prestataires



5. Vous profitez de votre événement

6. Vous êtes satisfait

Réforme de la formation professionnelle

Une nouvelle structure fondée sur l'acquisition des compétences

Formation professionnelle de base	Formation professionnelle initiale		
CCP Certificat de capacité professionnelle	DAP Diplôme d'aptitude professionnelle	DT Diplôme de technicien	Diplôme de fin d'études secondaires techniques
Régime professionnelle	Régime professionnelle	Régime de la formation de technicien	Régime technique
Cycle inférieur 7° – 9°			

Dans le cadre de la loi modifiée du 19 décembre 2008 concernant la réforme de la formation professionnelle, les formations menant au DT, DAP et au CCP sont organisées dans une logique modulaire d'un enseignement par compétence.

Depuis septembre 2011, toutes les formations (industrie, Horeca, services, commerce et socio-éducatif) sous la responsabilité de la Chambre de Commerce, à l'exception du DT administratif et commercial et du DT chimie, fonctionnent selon le système modulaire.

La nouvelle formation professionnelle se fonde sur l'acquisition des compétences professionnelles, sociales et personnelles. Une compétence est un ensemble de connaissances, d'aptitudes et d'attitudes qu'il faut posséder pour exercer une profession.



(pas obligatoire) >> Exemple de deux unités capitalisables (conseiller en vente):

UC1: Manipulation de la marchandise	UC2: Vente
M1: Stockage des marchandises	M1: Accueil client
M2: Gestions des stocks	M2: Situation du point de vente
M3P: Culture de service – optimisation du dépôt	M3P: Culture de service – accueil client
Semestre 1	Semestre 2

Les unités capitalisables

Les unités capitalisables (UC) correspondent aux différents domaines d'une activité professionnelle. Plusieurs modules (Module) forment une unité capitalisable. L'organisation des modules de formation se fait dans le cadre de semestres.

Les différents types de modules

- Les modules fondamentaux: ils sont obligatoires. En cas d'échec, ils doivent être rattrapés au semestre suivant.
- Les modules complémentaires: ils sont également obligatoires. En cas d'échec, ils peuvent être rattrapés plus tard au cours de la formation et non pas directement au semestre suivant.
- Les modules facultatifs: ils élargissent le champ de la formation.

Un module est composé de plusieurs compétences obligatoires et sélectives.

Les compétences

Lors des évaluations semestrielles, le tuteur en entreprise doit évaluer, à l'aide d'une grille d'évaluation, toutes les compétences obligatoires. L'évaluateur fait un choix parmi les compétences sélectives. Le nombre minimal de compétences sélectives à évaluer est indiqué à la dernière ligne de la grille d'évaluation. Le module est réussi lorsque toutes les compétences obligatoires sont acquises.

La promotion

L'évaluation des modules se caractérise par un système de contrôle continu qui vérifie l'acquisition des compétences du module. Un module est «bien réussi»,

lorsque l'apprenti fournit, suivant le responsable de l'évaluation, une bonne, respectivement une très bonne prestation, aussi bien dans les compétences obligatoires que dans les compétences sélectives évaluées. Le bulletin indique si le module a été non réussi, réussi, bien réussi ou très bien réussi. Il ne comporte plus de notes chiffrées. Il obtient le diplôme visé s'il a réussi 95 % des modules de la formation et s'il n'a pas plus d'un module complémentaire non réussi dans chaque unité capitalisable.

(pas obligatoire) >>> Exemple d'une grille d'évaluation (cuisinier DAP):								
Type ¹	Cat ²	Compétences	Indicateurs	Socies	acquise	non acquise	non évaluée	
S	SA	L'apprenti est capable d'équiper son poste de travail	<ul style="list-style-type: none"> choisit le matériel approprié choisit les bons ustensiles 	<ul style="list-style-type: none"> Le poste est correctement équipé 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Commentaire en cas de non-acquisition de la compétence								
S	SA	<ul style="list-style-type: none"> Il est capable de nettoyer et de préparer des légumes de bases* 	<ul style="list-style-type: none"> fait la différence entre les marchandises fraîches et les marchandises avariées élimine les marchandises avariées nettoie, épluche les légumes respecte les règles d'hygiène 	<ul style="list-style-type: none"> Les légumes sont correctement épluchés et nettoyés 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Commentaire en cas de non-acquisition de la compétence								
S	SA	<ul style="list-style-type: none"> Il est capable de conditionner et de ranger les légumes de bases* 	<ul style="list-style-type: none"> trie et range les légumes traite les aliments correctement inscrit la date d'utilisation 	<ul style="list-style-type: none"> Il range les marchandises dans les locaux prévus à cet effet Les aliments sont correctement datés 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Commentaire en cas de non-acquisition de la compétence								

La LSC présente la «profession du mois»

Chaque 2^e mois, la LSC vous présente la «profession du mois». Avec la «profession du mois», l'objectif est de vous faire découvrir une de professions pour lesquelles un apprentissage menant au DAP (diplôme d'aptitude professionnelle) est organisé à l'heure actuelle par la LSC. En dehors des informations pratiques relatives à l'apprentissage, des témoignages de personnes confirmées dans la profession visée vous sont présentés. ■

Décorateur: une profession qui demande des compétences artistiques, techniques et commerciales

■ Le descriptif de la formation

Le décorateur réalise les décors des vitrines, met en scène les produits, les marques ou les services en créant une ambiance qui les valorise. Il doit pouvoir aménager une vitrine attractive dont le but est de capter l'attention du chaland, de l'inciter à pénétrer dans l'espace commercial, de susciter une envie et même de provoquer l'acte d'achat. Pour cela, il doit posséder des compétences artistiques, techniques et commerciales.

Tout en faisant preuve de créativité et d'originalité, le décorateur doit connaître et respecter les règles de présentation visuelle. Il doit maîtriser la

composition et les volumes, veiller à l'harmonie des couleurs ainsi qu'à la qualité de l'éclairage.

Outre les qualités artistiques indispensables à l'exercice de cette profession, la phase de conception d'un projet nécessite de plus en plus la maîtrise d'outils informatiques (PAO, DAO, CAO) ainsi que des compétences en matière d'évaluation et de gestion de budget.

Le décorateur exerce en collaboration avec les responsables des produits, marques ou services à promouvoir. Ses réalisations demandent de nombreuses manipulations et il travaille des matériaux divers tels que bois, polystyrène, peinture etc. Il peut être amené à se

déplacer. Le décorateur est employé au sein de commerces franchisés ou traditionnels, de grandes surfaces et de centres commerciaux. Il peut aussi travailler pour une entreprise ou une collectivité souhaitant assurer sa promotion (foires, expositions).

■ Le champ d'activité

- mettre en œuvre la décoration publicitaire en fonction des objectifs de l'entreprise;
- mise en place de stands, scènes et de décoration événementielle;
- réaliser des signalisations dans le cadre du marketing visuel;
- réaliser la décoration de vitrines;

- réaliser les projets de décoration publicitaire établis en fonction du public-cible, des réactions du public et des flux de circulation;
- assurer la commande, le contrôle et le stockage de matériaux, moyens auxiliaires, éléments préfabriqués et autres matériels de décoration.

■ Comment devenir décorateur?

La réussite de l'apprentissage menant au DAP (Diplôme d'Aptitude Professionnelle) est la voie normale pour devenir décorateur.

■ Conditions d'accès à la formation

L'admission au DAP requiert au moins d'avoir accompli une classe de 9^e Pratique du cycle inférieur de l'Enseignement Secondaire Technique.

Formation	Indice 737,83	
DAP	Avant réussite du PII	Après réussite du PII
Décorateur	563,78 €	973,71 €

■ Quel établissement scolaire prépare à cette profession?

LTAM
(Lycée Techniques des Arts et Métiers)

■ Indemnités d'apprentissage

L'apprenti touche une indemnité d'apprentissage mensuelle. Cette dernière augmente après la réussite du projet intégré intermédiaire.

■ Avantages

L'apprentissage en entreprise sous le couvert d'un contrat d'apprentissage présente des avantages certains:

- par la conclusion du contrat d'apprentissage, l'insertion professionnelle de l'apprenti est effective;
- la formation pratique est réalisée à l'aide d'équipements professionnels, de plus, de par sa durée, cette pratique professionnelle est approfondie: en effet pendant les trois ans d'apprentissage, l'apprenti est présent dans l'entreprise pendant 3 jours par semaine;
- l'apprenti a droit à 25 jours de congé annuel;
- l'apprenti a droit à des indemnités d'apprentissage.

■ Témoignage:

Sandy Kremer travaille depuis 9 ans au sein de Cactus Créateam S.A. en tant que décoratrice..

LSC: Pour quelles raisons avez-vous choisi la profession de décoratrice?

J'ai choisi cette profession parce qu'elle me permet de travailler chaque semaine sur un autre projet, par exemple, mettre en place une exposition, la décoration des portes tournantes ou encore la peinture. C'est une profession très créative qui me permet de laisser libre cours à mes idées.



LSC: Quelles sont les compétences prérequis afin de pouvoir exercer cette profession?

Cette profession exige une grande créativité, il faut être motivé et savoir travailler en équipe. Il est dommage qu'il n'existe pas de formation diplômante à la suite du CATP/DAP laquelle permettrait une plus grande évolution dans la profession.

LSC: Quels sont selon vous les avantages et les contraintes de cette profession?

C'est une profession à multiples facettes par laquelle on acquiert une grande variété de compétences (peinture, collage, manipulation des matériaux, etc).

LSC: Décrivez en bref une journée type:

Arrivée au bureau, je charge les matériaux dans la voiture et me rends auprès de nos différents magasins afin de mettre en place une décoration précise, par exemple, le montage d'une exposition, le collage d'affiches ou la décoration des surfaces de ventes.

RENCONTREZ LES EXPERTS

<p>LES PRINCIPES APPLICABLES AU DÉPÔT DES COMPTES AUPRÈS DU REGISTRE DE COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS DANS LE CADRE DU PROJET DE LA CENTRALE DES BILANS</p> <p>Séances de formation organisées en étroite collaboration avec le Registre de Commerce et des Sociétés</p>	<p>28.03 18.04 25.04</p>
<p>LES GRANDS ENJEUX DE LA GLOBALISATION AU XXI^e SIÈCLE</p> <p>Conférence-débat</p>	<p>18.04</p>
<p>QUELQUES CLÉS POUR L'OPTIMISATION DU PROCESSUS DE CONSOLIDATION</p> <p>Conférence organisée en étroite collaboration avec Sigma Conso</p>	<p>24.04</p>
<p>LA VENTE ET LA REPRISE D'UN FOND DU COMMERCE DU SECTEUR DE L'HORECA</p> <p>Séance d'information organisée en étroite collaboration avec la fédération Horesca</p>	<p>07.05</p>
<p>LA PROCÉDURE DE DÉPÔT ÉLECTRONIQUE AUPRÈS DU REGISTRE DE COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS</p> <p>Séance de formation organisée en étroite collaboration avec le Registre de Commerce et des Sociétés</p>	<p>09.05</p>
<p>ACTUALITÉS TECHNIQUES ET FINANCIÈRES EN MATIÈRE DE PME/PMI</p> <p>Conférence organisée en étroite collaboration avec l'Association des Trésoriers d'Entreprise à Luxembourg</p>	<p>10.05</p>
<p>BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT: NOTFALL- & KRISENMANAGEMENT</p> <p>Conférence organisée en étroite collaboration avec s b management-consulting</p>	<p>21.05</p>
<p>DIE ORGANISATION DER ZUKUNFT – STRATEGIE, STRUKTUR, KULTUR</p> <p>Conférence organisée en étroite collaboration avec Rosenberger & Partner</p>	<p>05.06</p>
<p>SCHULUNG BEZÜGLICH DER BEI DER EINREICHUNG VON JAHRESABSCHLÜSSEN BEIM HANDELS- UND FIRMIENREGISTER ANZUWENDENDEN PRINZIPIEN IM RAHMEN DES PROJEKTS EINER PLATTFORM ZUR SAMMLUNG VON FINANZDATEN (CENTRALE DES BILANS)</p> <p>Séance de formation organisée en étroite collaboration avec le Registre de Commerce et des Sociétés</p>	<p>07.06</p>
<p>LES AIDES ÉTATIQUES DANS LE SECTEUR HORECA</p> <p>Séance d'information organisée en étroite collaboration avec la fédération Horesca</p>	<p>18.06</p>

PLUS D'INFOS | INSCRIPTIONS :

Luxembourg School for Commerce - LSC | L-2981 Luxembourg
 T. (+352) 42 39 39-220 | F. (+352) 42 39 39-820
 info@lsc.lu | www.lsc.lu

CONFERENCES



PROGRAMME DE FORMATION

AVRIL – MAI 2012

	INTITULÉ	DATE	HORAIRE	PRIX
MANAGEMENT, LEADERSHIP ET GESTION DES ÉQUIPES				
S	Déléguer: Les clés de la réussite	24.04.2012	8.30 – 17.00	210 €
S	Verhaltens- und Argumentationstraining für Führungskräfte	25 et 26.04.2012	8.30 – 17.00	450 €
	Le Leadership visionnaire	19, 26.04, 03.05 et 14.06.2012	14.00 – 18.00	670 €
S	Management d'une équipe	03, 04 et 11.05.2012	8.30 – 17.00	650 €
RESSOURCES HUMAINES				
S	Recruter de manière efficace	23.04.2012	8.30 – 17.00	230 €
MÉTIER DE LA FORMATION				
S	Formateur occasionnels – Concevez votre kit pédagogique	23.04.2012	8.30 – 17.00	210 €
MARKETING, VENTE ET ACTION COMMERCIALE				
S	Facebook: Optimisez votre communication professionnelle	17.04.2012	8.30 – 17.00	210 €
S	Account Manager: Comment optimiser la vente et fidéliser les gros clients de l'entreprise	23 et 24.04.2012	8.30 – 17.00	450 €
ACHAT, LOGISTIQUE ET COMMERCE INTERNATIONAL				
S	Comment rédiger et gérer les appels d'offres	17.04.2012	8.30 – 17.00	210 €
S	Comment analyser et comparer les offres	18.04.2012	8.30 – 17.00	210 €
S	Stratégie de développement et environnement géopolitique	19 et 20.04.2012	9.00 – 17.00	450 €
S	Maîtrise de la chaîne logistique internationale	26 et 27.04.2012	9.00 – 17.00	420 €
ORGANISATION ET SECRÉTARIAT				
S	Augmenter ses résultats par une organisation de travail efficace	27.04 et 04.05.2012	8.30 – 17.00	420 €
COMMUNICATION				
S	Récupérer efficacement ses créances par téléphone	25.04.2012	8.30 – 17.00	210 €
S	Gespräche in schwierigem Umfeld führen	26 et 27.04.2012	8.30 – 17.00	420 €
GESTION COMPTABLE ET FINANCIÈRE				
S	Financer ses investissements: Optimiser ses chances d'octroi d'un crédit bancaire	19.04 et 20.04.2012	8.30 – 17.00 et 8.30 – 12.00	350 €
S	Analyse financière, contrôle de gestion et contrôle interne	10 et 11.05.2012	8.30 – 17.00	420 €
FISCALITÉ				
S	La TVA applicable aux fonds d'investissements	23.04.2012	8.30 – 17.00	210 €
DROIT				
S	Droit du travail	17, 18, 24, 25.04 et 02.05.2012	18.30 – 20.30	375 €
S	Recouvrement judiciaire des créances	25.04.2012	18.30 – 20.30	75 €
S	Réglementation d'aspects spécifiques d'une relation de travail	26 et 27.04.2012	8.30 – 17.00 et 8.30 – 12.00	350 €
S	Structures représentatives du personnel au niveau de l'entreprise	08.05.2012	08.30 12.30	150 €
DÉVELOPPEMENT PERSONNEL				
S	Affirmez-vous au quotidien	10 et 11.05.2012	9.00 – 17.00	420 €
BUREAUTIQUE				
S	Outlook – Initiation	20.04.2012	8.30 – 17.00	240 €
S	Excel – Evitez les tâches répétitives avec les macro-commandes	11.05.2012	8.30 – 17.00	240 €
RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE (RSE)				
	Favoriser une activité environnementale responsable – le bilan carbone	17.04.2012	9.00 – 17.30	290 €
	Mettre en place des formations pour sensibiliser les collaborateurs à une gestion environnementale de l'entreprise	22.05.2012	9.00 – 17.30	290 €

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

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

Siège: 7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg

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

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



Remise des diplômes VAE

Dans le cadre de la validation des acquis de l'expérience, la remise des diplômes pour l'enseignement secondaire technique division administrative et commerciale, section communication et organisation a récemment eu lieu. Pour la première fois depuis la publication du règlement grand-ducal du 11 janvier 2010 portant organisation de la validation des acquis de l'expérience, la commission de validation, présidé par Monsieur Joseph Britz du ministère de l'Education Nationale et de la

Formation professionnelle, a décerné ce diplôme à Yvette Kaber et Liliane Lietz.

La validation des acquis de l'expérience est une nouvelle procédure qui permet de faire certifier une expérience professionnelle ou extra-professionnelle. La certification obtenue grâce à la VAE peut aider à trouver un nouvel emploi, changer de fonction, progresser dans une carrière ou réduire la durée d'un projet de formation. La VAE est ouverte à tous les publics, quels que soient l'âge, le niveau d'études ou la situation professionnelle.

La seule condition est d'avoir au moins trois années d'activité rémunérée ou bénévole, en continu ou non. Cette activité doit être en lien direct avec la certification demandée. Dans son discours, Joseph Britz a félicité les lauréats pour leur engagement, leur démarche proactive et leur courage de se lancer dans un tel travail d'envergure. Joseph Britz a également remercié la commission de validation pour son travail et son engagement dans le cadre de la validation des acquis de l'expérience. ■

16. Februar 2012

Cactus ehrte seine Lehrlinge



Die geehrten Lehrlinge mit den Herren Antonio de Carolis (ministère de l'éducation nationale et de la formation professionnelle), Carlo Frising (CSL), Roger Thoss (LSC), Max Leesch und Roland Thill (Cactus)

Am 16. Februar hatte die Direktion der Cactus-Gruppe zu der alljährlichen „Fête des Apprentis“ eingeladen. In Anwesenheit der Vertretern der zuständigen Ministerien und Berufskammern beglückwünschte die Betriebsleitung insbesondere die 11 jungen Leute, die ihre dreijährige Berufsausbildung erfolgreich beendet und anschließend eine Anstellung bei Cactus erhalten haben. Die Supermarktkette beschäftigt zur Zeit 44 Lehrlinge in 12 verschiedenen Ausbildungssparten und gehört somit zu den führenden Luxemburger Betrieben in Punkto Ausbildung. ■

FOURNISSEUR EN BOULANGERIE-PÂTISSERIE-HORECA ET COLLECTIVITE



MARILUX

Adresse postale :
28, rue Maximilien
L-6463 Echternach

Bureau & Dépôt :
1, rue Dondelinger
L-6433 Echternach

Tél: 00352 26721616
Fax: 00352 26721617
@: marilux@pt.lu

Des centaines de produits à votre disposition dans le domaine de la pâtisserie, boulangerie confiserie, restauration, des produits de haute qualité, un service adapté à vos besoins, conseillé par des professionnels, une expérience sur le marché luxembourgeois de plus de 25 ans, toujours avec le même respect pour le métier ainsi que pour le savoir-faire de ses clients.

Pour réussir votre recette : une seule adresse
A VOTRE SERVICE DU LUNDI AU SAMEDI MIDI
ON VEUT ÊTRE PARTENAIRE DE VOTRE SUCCES

Nos références en marques de produits :

Felchlin, Kessko, Callebaut, Credin, Boheringer, Meistermark, Brover, De Buyer, Aigremont, Lemar, Comatec, Le Jardin des Epices, Les 3 Toques, Capfruit, Bakbel, Jung-Zeelandia, Demarle, Läderach, Smet, Cafés – Chave D'Ouro, Les Moulins de Deinze, La Concorde, Walter Rau, Emga, Diamond, etc.

18 avril 2012



«Les grands enjeux de la globalisation au XXI^e siècle» seront au cœur du débat de la conférence organisée par la Luxembourg School for Commerce, le 18 avril 2012 dans les locaux de la Chambre de Commerce. Le conférencier, Dr. Alexandre Melnik, invité par la Luxembourg School for Commerce, est professeur de géopolitique à ICN Business School Nancy et ancien diplomate russe.

Conférence sur les «grands enjeux de la globalisation au 21^e siècle»

La globalisation, phénomène incontournable des relations internationales, traduit l'importance originaire qui a été prise par le commerce international. Le développement de ce dernier est à la fois le résultat du déploiement du libre échange et un encouragement aux diminutions des obstacles protectionnistes. Néanmoins, l'évolution considérable des risques qui a transformé plus vite que jamais le paysage international, invite à une réflexion sur la question si la gouvernance mondiale actuelle est adaptée aux défis du monde de demain.

Pour l'interview de ce mois, le Merkur a choisi d'aller à la rencontre du Dr. Alexandre Melnik, professeur de géopolitique à ICN Business School Nancy et ancien diplomate russe. Le Dr. Melnik sera l'orateur principal à la conférence organisée par la Luxembourg School for Commerce, le 18 avril 2012 dans les locaux de la Chambre de Commerce et ayant pour thème «Les grands enjeux de la globalisation au XXI^e siècle».

Merkur: Les termes de globalisation et de mondialisation sont souvent employés de manière indifférenciée sans que cela prête à

conséquences. S'agit-il d'une simple question de définition?

Alexandre Melnik: Je préfère employer le terme compréhensible partout dans le monde: globalisation – que je définis, de façon fondamentale, comme un nexus entre des gens, des lieux et des idées. A l'intérieur de ce phénomène de la globalisation dans l'Histoire universelle, il faut distinguer au XXI^e siècle la globalisation économique, à savoir le consensus planétaire sur les fondamentaux de l'économie de marché (la loi de l'offre et de la demande), et la globalisation politique, à savoir le nouveau modèle de gouvernance du monde sous l'arbitrage des institutions supranationales adaptées à la nouvelle donne géostratégique du XXI^e siècle. On constate aujourd'hui un décalage entre la globalisation économique qui fonctionne, et la globalisation politique qui est dans l'impasse. L'économie est déjà globale; la politique reste nationale. Comment surmonter cette dichotomie, sachant que le succès de la globalisation économique ne sera jamais complet tant qu'elle ne sera pas coordonnée, encadrée en dernier ressort par la globalisation politique? C'est là l'enjeu géostratégique clé du XXI^e siècle.

Merkur: A l'échelle mondiale, l'interdépendance des processus financiers, économiques, et environnementaux n'implique-t-elle pas la création, à terme, d'une gouvernance mondiale réformée?

Alexandre Melnik: Je pense avoir répondu, sommairement, à cette question ci-dessus, mais je précise encore une fois que si la globalisation économique est gouvernée par elle-même, à savoir par les lois de l'économie de marché globalisée (compétitivité, concurrence, innovation, créativité, recherche du profit, etc.), la globalisation politique a besoin d'un pilotage, du moins d'un arbitrage sous la forme des institutions supranationales fonctionnant sur la base d'un consensus très large qui inclut notamment les notions de valeurs et d'identités fondamentalement partagées par l'ensemble de la communauté internationale (à l'instar du projet initial de l'ONU, principale arbitre des relations internationales dans la seconde moitié du siècle précédent).

Merkur: Selon vous, quels seront les défis du XXI^e siècle pour les PME au Luxembourg afin de rendre le commerce extérieur l'élément le plus

dynamique et compétitif de l'économie luxembourgeoise?

Alexandre Melnik: Les PME au Luxembourg, comme aucun autre élément des grands processus internationaux en cours, n'échappent pas aux nouveaux enjeux de la globalisation du XXI^e siècle. En synthèse, leurs priorités se déclinent, à mon avis, en deux axes clés. Primo, il faut comprendre qu'au XXI^e siècle l'Occident ne possèdera plus le monopole de la modernisation universelle – il sera confronté

à la montée en puissance de nouveaux pôles d'excellence: Chine, Inde, Corée du Sud, Brésil, Turquie, Qatar, éventuellement la Russie, etc. D'où la nécessité de revoir la stratégie d'hierarchisation des priorités économiques de l'ensemble des pays occidentaux, y compris le Luxembourg qui fait déjà preuve d'une grande ouverture de son commerce extérieur. Secundo, jamais dans l'Histoire, l'innovation et la créativité n'auront joué un rôle aussi vital que dans la globalisation en cours, dont

la particularité qu'elle ouvre – grâce notamment à ses nouvelles technologies qui aplatissent le monde et bousculent la dimension spatio-temporelle, un horizon inédit à une initiative individuelle (race to the top), en dehors des grands groupes économiques et puissances étatiques. C'est une énorme chance à saisir pour les PME luxembourgeoises dynamiques, ambitieuses, positionnées sur les créneaux à haute valeur ajoutée et ouvertes aux évolutions du monde. ■

Plus d'informations sur le programme sont disponibles sur le site Web de la Luxembourg School for Commerce: www.lsc.lu/actualites-et-manifestations

Formations recommandées en matière d'Achat, Logistique et Commerce International **Stratégie de développement et environnement géopolitique**

L'objectif de ce séminaire est de conférer les outils et la méthodologie nécessaires pour orchestrer le développement des activités commerciales de l'entreprise au-delà des frontières du marché domestique, dans le contexte de la mondialisation en cours

Date et horaire: Du 19 au 20 avril 2012, 9.00 – 17.00 heures

Formateur: Dr. Alexandre Melnik, professeur de géopolitique à ICN Business School Nancy

Maîtrise de la chaîne logistique internationale

Comment développer son Chiffre d'Affaire sur un marché étranger et gérer les principaux risques? Comment vendre et défendre ses intérêts vendeur/acheteur dans un contexte international? Comment gérer efficacement les relations avec les tiers: client, commissionnaire/transporteur, douane? Ces questions et d'autres seront traitées dans le cadre de ce séminaire.

Date et horaire: Du 26 au 27 avril 2012, 9.00 – 17.00 heures

Formateur: Mme Elena Mochel, experte en développement commercial international

TVA et opérations internationales

Ce séminaire de trois jours s'adresse à toute personne confrontée à des questions TVA telles que: Comment mieux comprendre la TVA et ses mécanismes dans les opérations internationales? Comment appréhender efficacement les difficultés et les risques liés à la TVA?

Date et horaire: Du 2 au 5 mai 2012, 8.30 – 17.00 heures

Formateur: Mme Myriam Céprika, Tax Adviser

Pour de plus amples informations sur les programmes et inscriptions, veuillez consulter le site Web de la Luxembourg School for Commerce: www.lsc.lu (Rubrique «LSC Seminars – Achat, Logistique et Commerce International»). ■

21. Mai 2012

Konferenz über betriebliches Kontinuitätsmanagement

Die Luxembourg School for Commerce, in Zusammenarbeit mit s | b | management-consulting, lädt Sie herzlich ein zur Konferenz „Business Continuity Management zur Vermeidung des „Domino-Effekts“, welche am Montag den 21. Mai 2012 um 14.00 Uhr in den Räumlichkeiten der Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxemburg-Kirchberg, stattfinden wird.

Wie viele Leben hat Ihr Unternehmen?

Die Ereignisse der vergangenen Wochen und Monate auf globaler aber auch lokaler Ebene haben den Menschen, vor allem jedoch den Verantwortlichen in Wirtschaft und Industrie deutlich vor Augen geführt, dass Notfälle und Krisen überall und unerwartet auftreten können. Die Ausmaße solcher Katastrophen nehmen teilweise einen unvorstellbaren Verlauf. Langfristige Schäden für Unternehmen und Organisationen, bis hin zum drohenden Konkurs, sind nicht auszuschließen.

Die großen Krisen und Katastrophen in der globalisierten Welt trüben leider immer wieder den Blick für die täglichen, lokalen Ereignisse, die nicht in die Öffentlichkeit gelangen. Doch nur allzu oft sind es gerade diese unerwarteten Vorkommnisse, welche die Geschäftsprozesse von Unternehmen ins Wanken bringen. Der berühmte Ausspruch von Henry Kissinger: „Next week, there can't be a crisis. My schedule is already full“ hat leider nichts an Aktualität verloren.

Es liegt in der Natur der Menschen, sich nicht präventiv mit Abläufen, und Ereignissen außerhalb der gewohnten Tagesordnung zu beschäftigen, bzw. solch „unangenehme Themen“ einfach zu ignorieren. Aber ist das wirklich zu verantworten? Die Welt – und mit ihr

jedes Unternehmen – unterliegt einem ständigen Wandel, die Abhängigkeiten in der vernetzten und globalisierten Welt zwingen uns zum Umdenken. Es ist nicht die Frage, ob, sondern einzig wie wir von Ereignissen gleich welchen Ausmaßes getroffen werden, daher gilt es, die Zeit in die Zeit vor der Krise zu investieren.

Wie lange kann eine Organisation, gleich welcher Art auf Kernprozesse in den verschiedenen Fachbereichen verzichten, bis es zu Auswirkungen finanzieller, gesetzlicher oder reputationsschädigender Art kommt?

Das operationelle Risikomanagement gewinnt zunehmend an Bedeutung. Geschäftsprozesse werden beschleunigt und spezialisiert, sie verzahnen immer mehr miteinander. Ein Ausfall der unterstützenden Betriebsinfrastruktur, sei es im IT- und Telekommunikationsbereich, in der Gebäudetechnik, bei der Infrastruktur, beim Personal etc., führt im „besten Fall“ zu einer Betriebsstörung und im schlimmsten Fall zu einem langfristigen Ausfall und Verlust des Marktanteils sowie des Images.

Betriebliches Kontinuitätsmanagement, auch als Business Continuity Management (BCM) bekannt, ist ein ganzheitlicher, strukturierter Aufbau eines leistungsfähigen Notfall- und Krisenmanagements, zwecks systematischer Vorbereitung auf die umfassende Bewältigung von Schadensereignissen. Das Notfall-, Krisen- und Kontinuitätsmanagement als Bestandteil eines unternehmensweiten Risikomanagements zielt darauf ab, mit der Ergreifung von angemessenen Maßnahmen mögliche Schadenseintritte zu vermeiden, die Außenwirkungen von eingetretenen Schäden (finanzieller, rechtlicher

und immaterielle Art) zu reduzieren und eine schnelle und geordnete Wiederherstellung des Normalbetriebs zu unterstützen. So werden in kritischen Situationen wichtige Geschäftsprozesse nur temporär unterbrochen, die wirtschaftliche Existenz des Unternehmens bleibt gesichert. Ein gut funktionierendes BCM kann den Unterschied zwischen „Überleben“ und „Abwickeln“ Ihres Unternehmens bedeuten.

Standards & gesetzliche Auflagen

Als weitgehend durch alle Branchen anerkannter BCM-Standard hat sich der britische BS 25999 etabliert, der im Laufe des Jahres zum internationalen Standard ISO 22301 weiterentwickelt wird. Seitens des deutschen Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) ist der Standard 100-4 „Notfallmanagement“ entwickelt worden. In der Granularität weitaus feiner als der BS 25999 eignet er sich sehr gut zur Vervollständigung und Ergänzung einzelner BCM-Arrangements insbesondere für Unternehmen, welche sich am IT-Grundschutz orientieren. Als Hilfe zur Umsetzung des BS 25999 hat das britische Business Continuity Institute (BCI) die BCI Good Practice Guidelines (GPG) herausgegeben, welche die einzelnen Schritte der Umsetzung eines BCMs beschreiben.

Die Tatsache, dass Sie eventuell noch keinem Notfall ausgesetzt waren, mag für eine trügerische Scheinsicherheit sorgen, die Halbwertszeit einer solch trügerischen Sicherheit ist mitunter erschreckend kurz. Investieren Sie Ihre Zeit in die Zeit vor der Krise, Business Continuity Management gegen den „Domino-Effekt“ Ihrer vitalen Geschäftsprozesse.

Das Unternehmen s | b | management-consulting hat sich mit seinem Partnerunternehmen, der UKN Management Consulting seit Jahren auf die Realisierung eines umfangreichen Notfall-, Krisen- und Kontinuitätsmanagements spezialisiert.

Mehr Informationen finden Sie auf der Webseite: www.lsc.lu/actualites-et-manifestations.

Près de la moitié des salariés du secteur privé concernés par le cofinancement public de la formation en entreprise

Pour l'année 2009, 1.028 entreprises bénéficient d'une aide financière de l'Etat à la Formation Professionnelle Continue (FPC), un nombre en progrès de 15 % par rapport à 2008. La participation financière de l'Etat s'élève à 27 millions d'euros. En moyenne, chaque entreprise reçoit une aide de 31.800 EUR.

Le cofinancement de la FPC: 19 % des entreprises de 10 salariés et plus, 46 % des salariés privés concernés

Pour 2009, 5 % des entreprises de l'économie privée luxembourgeoise perçoivent l'aide financière de l'Etat à la formation. Si l'on considère les entreprises de 10 salariés et plus, elles sont 19 % à en bénéficier. Les structures de grande taille font le plus appel à cette aide: 76 % des entreprises de 250 salariés et plus sont cofinancées. Par ailleurs, 24 des 25 principaux employeurs privés luxembourgeois reçoivent le cofinancement étatique. Les entreprises de moyenne et de grande taille possèdent généralement des structures d'organisation et de mise en oeuvre des formations qui leur permettent de s'adapter plus facilement aux exigences légales.

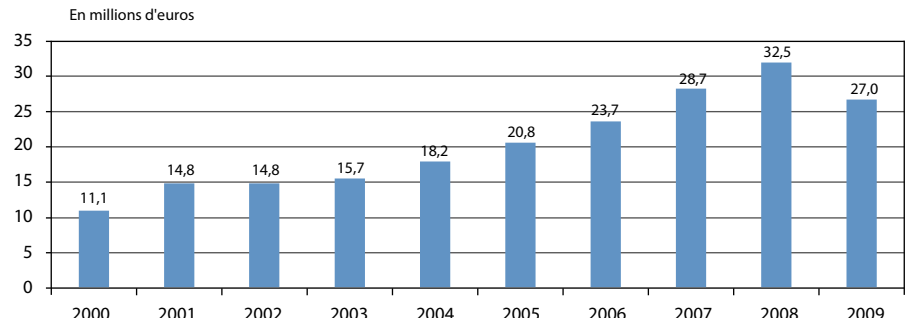
Les entreprises bénéficiaires de l'aide financière de l'Etat emploient 133.000 personnes, soit 46 % de l'ensemble des salariés de l'économie privée luxembourgeoise. Ce pourcentage est en augmentation de 2,2 points par rapport à 2008.

Les entreprises de moins de 50 salariés: + 25 % de demandes

En 2009, la moitié des demandes (51 %) provient d'entreprises de moins de 50 salariés (+ 4 points). Par rapport à 2008, leur nombre s'accroît de 25 %. Le nombre de très petites entreprises (1 à 9 salariés) progresse également de 59 %.

L'investissement en formation des entreprises baisse dans la majorité des secteurs d'activité

Le montant du cofinancement étant proportionnel à l'investissement en formation, 28 % de la participation finan-



cière de l'Etat bénéficie au secteur «Activités financières et d'assurance». En effet, ce secteur possède l'investissement en formation le plus élevé: il regroupe à lui seul, au sein de la population de référence, 17 % des entreprises et un quart de l'effectif salarié. Néanmoins, l'aide financière de l'Etat dans ce secteur recule de 24 % par rapport à 2008, ce qui confirme la tendance à la baisse constatée dans la majorité des secteurs.

La crise économique, battant son plein en 2009, explique la diminution de l'investissement en formation des entreprises.

Cofinancement de la formation en entreprise

L'Etat accompagne l'effort de formation des entreprises à hauteur de 14,5 % imposables du montant investi. L'accès à l'aide financière se fait par le biais d'une demande de cofinancement. Pour toute information, contacter Monsieur Claude Betzen à l'INFPC, par téléphone au 46 96 12-214 ou par email à claude.betzen@infpc.lu.



Taille des entreprises (nombre de salariés)	Cofinancement moyen (euros)
1 à 9	1.511
10 à 19	3.290
20 à 49	6.774
50 à 99	15.471
100 à 249	27.591
250 à 999	78.634
1.000 et plus	484.891
Total	31.781

Pour de plus amples informations sur ces données, consultez Formabref «Analyse de la contribution de l'Etat à la formation continue en entreprise» sur le site www.infpc.lu ou commander gratuitement un exemplaire à info@infpc.lu.

CRP Henri Tudor

Diplôme de Master 2 en poche pour 60 professionnels



60 étudiants des Masters professionnels ont reçu leurs diplômes en présence de leurs directeurs de Masters, intervenants, camarades, parents et proches

Ce jeudi 2 février 2012, dans les locaux du CRP Henri Tudor, 60 étudiants des Masters professionnels ont reçu leurs diplômes en présence de leurs directeurs de Masters, intervenants, camarades, parents et proches.

Un moment fort en émotion, après 2 années d'effort soutenu, à jongler entre vies étudiante, professionnelle et personnelle.

Les directeurs des études ont félicité les diplômés, âgés de 26 à 52 ans qui ont participé aux 4 spécialités des Masters Tudor: qualité, chaîne logistique globale, sécurité des systèmes d'information et informatique. Depuis le lancement des Masters Tudor en 1999, plus de 230 professionnels ont obtenu leur diplôme avec succès. Marc Lemmer, directeur général du CRP Henri Tudor et Eric Dubois, directeur du département «Service Science & Innovation» ont salué la réussite de ces 60 professionnels et ont rappelé l'importance de la formation au CRP Henri Tudor.

Mettre à jour leurs compétences, anticiper une évolution de carrière ou une reconversion, faire valider leurs acquis professionnels, sont autant d'attentes des personnes qui se lancent dans l'aventure du Master professionnel.

Chacun en tire des bénéfices en fonction de sa situation, de son parcours professionnel et de ses ambitions.

Le Master, un billet d'entrée pour une évolution de carrière

Quatre anciens étudiants ont apporté leur témoignage sur la manière

dont ils ont valorisé leur diplôme et sur les impacts du Master dans leur propre vie. «Ce furent deux années extrêmement riches en assimilation de savoir, agréables à évoluer dans un contexte collégial, à donner et à obtenir du soutien de façon mutuelle. Si je devrais refaire le même parcours, je n'hésiterais pas un seul instant!», témoigne Alain Marchioni, responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information dans une banque à Luxembourg. Ce dernier considère d'ailleurs le diplôme comme un billet d'entrée pour une évolution de carrière où les contacts et les échanges d'information entre étudiants au sein de la promotion sont des éléments facilitateurs au niveau professionnel.

Les anciens en ont également profité pour donner quelques conseils et encourager les jeunes diplômés à aller toujours plus loin «Le contexte change de manière continu. Il faudra vous repositionner de temps en temps pour adapter votre stratégie professionnelle.» continue Alain Marchioni.

Les Masters Tudor

Zoom sur les 4 Masters proposés par le CRP Henri Tudor en partenariat avec des universités et des réseaux professionnels de la grande région.

Master en Management de la Qualité

Ce Master forme des managers ou futurs managers à des techniques et des méthodologies centrées sur la qualité de produit et de service. La formation intègre une semaine de séminaire à l'Université du Québec à Trois-Rivières (Canada) sur l'innovation et la créativité. Il est organisé conjointement par l'Université Paul Verlaine de Metz et le CRP Henri Tudor.

Public: Directeurs de PME/PMI, Responsables de département ou de service, Responsables ou Chargés de projet, Consultants en management et qualité

Master en Informatique et Innovation

Cette formation forme de manière très pratique des responsables en management de l'innovation à l'aide d'une formation professionnelle à doubles compétences, mêlant politique IT et management stratégique. Elle est sanctionnée par un Master en Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises (MIAGE), spécialité Informatique et Innovation par l'Université Nancy 2.

Public: Informaticien, Responsable IT, Gestionnaire et Chef de projet, Ingénieur IT

Master en Management de la Chaîne Logistique Globale

Ce Master a pour vocation de former des cadres et futurs cadres au management d'une équipe logistique et aux concepts, méthodes et outils liés à l'organisation et à l'optimisation d'une chaîne logistique globale. Il est organisé en collaboration avec l'Ecole Nationale d'Ingénieurs de Metz (ENIM) et la Luxembourg School for Commerce.

Public: Responsables de département ou de service, Ingénieurs ou Chargés de projet, Consultants en management, organisation et/ou logistique.

Master en Management de la Sécurité des Systèmes d'Information

Ce Master entend apporter à toute personne responsable de la sécurité de l'information, les compétences nouvelles et nécessaires à l'exercice de ce métier. Il est né d'un partenariat entre le CRP Henri Tudor au Luxembourg et l'Université du Luxembourg.

Public: RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information), Correspondant de la sécurité de l'information, Informaticien expérimenté, Juriste, Architecte fonctionnel ...

Pour permettre de suivre la formation, l'Etat luxembourgeois propose des aides financières et le Congé Individuel de Formation (jusqu'à 20 jours de congé-formation sur les 2 ans).

Les détails des formations et les séances d'informations pour la prochaine rentrée sont disponibles sur www.sitec.lu/formation/Master ou peuvent être demandés par téléphone au +352 42 59 91 – 6325 ou par mail à formation.Master@tudor.lu. ■

International School Luxembourg (ISL)

First Stone Ceremony of the new ISL Lower School Building

Following the groundbreaking in April 2011, the International School Luxembourg (ISL) held its first stone ceremony of the new Lower School Building, an 18 831 m² structure, on the Geesseknaepchen Campus on Tuesday 17 January 2012.

With a current student population of 1,078 students from over 45 countries, and faculty of more than 20 nationalities, ISL is the largest school in Luxembourg offering an education in English and offers the widest choice of subjects for the International Baccalaureate.

Throughout the last 5 years, the school has experienced a surge in enrolment growing from 724 students to 1,078 in this short period of time. ISL plans to continue accommodating the demand the international business community has for an English language education in Luxembourg.

Tuesday's largely symbolic event began with the ISL Director Chris Bowman and guest of honour, Finance

Minister Luc Frieden addressing the audience. This was followed by the first brick laying with the assistance of two representatives of the Lower School Student Council.

Of the 48.5 million euros total cost, the Luxembourg government is contributing 80 % to this expansion project. Minister Frieden spoke of Luxembourg's strong commitment to education saying that it is one of the most important investments a country can make in developing its own future. He also recognised the key role international schools play in helping to attract and retain foreign investors. He stated that this is necessary to the prosperity of the Luxembourg economy.

The new Lower School Building is dedicated to children ages 3-11 and will offer 37 new classrooms organised in small clusters as well as rooms specifically designed for arts, sciences, ICT and music. Larger spaces such as a library, cafeteria, a gymnasium and an

auditorium with a capacity to accommodate up to 400 people are also part of the plan.

Patricia Angoy, Lower School Principal, emphasises that there has been a consultative process between ISL and the project manager Paul Wurth. Once the Lower School students have moved, the main building will be refitted so Upper School students will be able to exclusively use this building for their secondary school programme. The new Lower School building will open in August 2013 enabling ISL to welcome some further 300 to 400 new students in addition to the number already enrolled. This will allow ISL to educate a total of approximately 1,400 students in the near future. ■



BusinessMentoring

Quand la génération Y débarque en entreprise ... Les bons réflexes du management intergénérationnel

Actuellement, la population active est composée de collaborateurs issus des trois principales générations: les X, les Y et les baby-boomers. Ayant évolué dans des environnements socio-économiques et culturels relativement différents, ceux-ci ont développé un état d'esprit propre à leurs générations respectives, qui influence leur vision du monde du travail. Ce sont pourtant bien ces mêmes collaborateurs qui se côtoient tous les jours en entreprise et qui sont amenés à travailler ensemble. Dans ce contexte, il s'avère primordial pour les chefs d'entreprises et managers de bien comprendre ce qui caractérise chaque génération, afin d'anticiper un éventuel choc des valeurs, et de favoriser l'intégration des Y en entreprise.

Les Y, également appelés *Millenniums*, *Digital Natives* ou *Y-ears*, ont aujourd'hui entre 18 et 30 ans et débarquent en masse dans les entreprises. Nés entre le début des années 1980 et le milieu des années 1990, ils ont grandi à l'ère de la mondialisation et sont parfaitement familiarisés avec le monde des nouvelles technologies. Leur culture est celle du zapping, de l'instantanéité et de l'Internet. Regroupés sous le terme de

«Génération Y», ils suivent les traces de la «Génération X» (années 1960 à 1980), qui emboîte elle-même le pas à la «Génération des baby boomers» qui ont, pour leur part, entre 45 et 65 ans.

Technophiles, ambitieux et posant de nombreuses questions (d'où le surnom de *Whyers*), les jeunes actifs issus de cette génération – ils représenteront près de la moitié de la population active dans 5 ans – ne sont pas sans bouleverser les codes au sein des entreprises, ce

qui incite aujourd'hui les employeurs à remettre en question leurs pratiques managériales.

Pourtant, l'intégration des Y dans le monde du travail reste encore un vaste chantier à construire. Selon une récente enquête¹ menée sur le sujet, au Grand Duché de Luxembourg, seule une entreprise sur deux avoue s'être penchée sur la question des bonnes pratiques en matière de management intergénérationnel, et dans plus de 84 % de cas,

¹ «Le coaching pour intégrer la Génération Y au travail», Gaëlle Hameury – Lemoine, 2010

cette thématique a seulement été abordée de manière informelle.

Partant de ce constat et afin d'aider les chefs d'entreprise, de département et les managers à identifier des pistes de travail pour faciliter l'intégration des Y en entreprise, la Chambre de Commerce organisera, dans le cadre du programme BusinessMentoring et en collaboration avec la Fédération des Femmes Cheffes d'Entreprises du Luxembourg, une table ronde intitulée «L'entreprise vécue par les Générations X, Y et boomers: perceptions et réalités». Celle-ci aura lieu le 29 mars 2012 de 18h30 à 20h00 à la Chambre de Commerce et sera modérée par Christophe Langenbrink, journaliste-rédacteur au Luxemburger Wort.

Outre, l'aspect intra-entreprise du sujet, la conférence couvrira également la question de la Génération Y dans un contexte entrepreneurial.

Elle s'articulera autour d'un exposé ludique, qui sera couplé aux témoignages d'une cheffe d'entreprise et d'un directeur des ressources humaines, issus des Générations X et boomers et de jeunes actifs issus de la Génération Y.

Parmi les intervenants:

- Gaëlle Hameury-Lemoine, formatrice en accompagnement professionnel et développement personnel – Coaching & Formation,
- Christiane Wickler, fondatrice et administratrice déléguée – Pall Center,
- Anne Van Wetteren, étudiante en anthropologie – ULB Bruxelles,
- Pierre Back, chef de Département, responsable du Département Ressources Humaines – Banque Raiffeisen,
- Filipe Dias, chargé de clientèle – Caisse Raiffeisen Niederranven/Syrdall.
- Mathieu van Wetteren, successeur (entreprise familiale, secteur Horeca)

Date et horaires: le jeudi 29 mars 2012, de 18h30 à 20h00

Lieu: Chambre de Commerce, 7 rue Alcide de Gasperi L-2981 Kirchberg

Frais de participation: conférence d'accès gratuit avec inscription obligatoire en ligne

Langues *: français-luxembourgeois

Inscription: www.businessmentoring.lu/inscription avant le 27/03/12

Contact: info@businessmentoring.lu

Tél.: (+352) 42 39 39-439

*possibilité de traduction simultanée en anglais selon nombre de demandes

**Vous êtes dirigeant d'entreprise ?
Avez-vous déjà pensé à vous faire mentorer ?**



**DÉJÀ 19 ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS...
POURQUOI PAS VOUS ?**

Découvrez leurs témoignages sur www.businessmentoring.lu

**PROGRAMME D'ACCÈS GRATUIT, ENCADRÉ PAR DES
RÈGLES D'ÉTHIQUE ET DE CONFIDENTIALITÉ**

PARTICIPEZ AU PROGRAMME BUSINESSMENTORING:

- ✓ Apprenez au contact d'un dirigeant expérimenté (mentor)
- ✓ Prenez du recul et découvrez de nouveaux angles de vue pour aborder le pilotage de votre activité
- ✓ Perfectionnez vos compétences de gestionnaire
- ✓ Améliorez votre capacité à prendre des décisions

MODALITÉS DE PARTICIPATION

Inscription et critères de sélection sur www.businessmentoring.lu

CONTACT

info@businessmentoring.lu
Rachel Gaessler ou Guylaine Hanus



PARCE QUE RIEN NE PEUT REMPLACER L'EXPÉRIENCE !

Les Intervenants:

Christiane Wickler, fondatrice et administratrice déléguée – Pall Center – S'épanouir au sein de sa propre entreprise

Pour cette femme d'affaires dans l'âme, tout débute avec l'ouverture d'une station-service à Oberpallen en 1982, dont elle est gérante. Petit à petit, le projet prend une autre envergure et la station laisse place à un tout premier supermarché nommé Pall Center. Christiane Wickler devient alors administratrice déléguée d'une S.A. de 10 employés, qui connaîtra une croissance fulgurante et donnera naissance à un véritable «shopping village» (le complexe emploie aujourd'hui 250 personnes). Riche de l'héritage des générations X et boomers, cette femme d'affaires et mère de quatre enfants, est également animée par l'envie de transmettre sa passion et s'investit à ce titre dans plusieurs fédérations, dont, entre autres, la FFCEL et la CLC.

Pierre Back, directeur, Département Ressources Humaines – Banque Raiffeisen – Gravir les échelons au sein d'une même structure

Titulaire d'un master en Gestion des Ressources Humaines et Organisation, ce baby-boomer a su gravir avec succès les échelons professionnels, sans pour autant avoir eu recours au «job-hopping». Fidèle au groupe Raiffeisen depuis 1980, date à laquelle il a rejoint l'entreprise, Pierre Back a d'abord été employé dans différents services de la banque (guichet, trésorerie et audit interne), avant d'être nommé responsable d'agence en 1985. En 1996, il intègre le département Formation et Communication interne, en tant que formateur et chef de service, avant d'être nommé directeur des Ressources Humaines, un poste qu'il occupe maintenant depuis 7 ans au sein du Département RH.

Gaëlle Hameury-Lemoine, fondatrice – Coaching & Formation Luxembourg – Révéler le capital humain en entreprise

A 41 ans, cette formatrice indépendante et mère de deux enfants, dispose d'une expérience professionnelle de plus de 13 années dans le domaine de la Formation et des Ressources Humaines à Luxembourg, consolidée par un master en Gestion des Ressources Humaines et des Organisations, obtenu en 2009 à l'IAE de Nancy.

Son parcours atypique -initialement biologiste, elle s'est reconvertie dans les Ressources Humaines- lui confère une approche sectorielle pluridisciplinaire. Elle a travaillé au sein de structures tant publiques que privées, côtoyant aussi bien les membres du comité de direction que l'ensemble des collaborateurs. Une immersion «au cœur des organisations» qui lui a donné l'envie de se spécialiser dans l'accompagnement des personnes et des équipes. Ainsi, depuis 2010, elle soutient les entreprises dans le développement de leur capital humain, au travers de missions d'accompagnement professionnel et de formation inhérentes au Management des Hommes et des Organisations, ainsi qu'à celui du Développement Personnel.

Paroles de Mentors



René Grosbusch, Réveiller le potentiel entrepreneurial de son mentoré

M. Grosbusch, vous êtes aujourd'hui un visage bien connu du négoce de fruits et légumes, au Luxembourg comme en Grande Région. Parlez-nous de votre parcours. Comment êtes-vous devenu entrepreneur et quel est votre cœur de métier?

Cela fait maintenant 36 ans que j'ai repris l'entreprise familiale «Marcel Grosbusch & Fils» avec mon frère André. Nous sommes spécialisés dans l'importation et la distribution en gros de fruits et légumes, à destination des secteurs de la grande et moyenne distribution, du catering et de l'horeca, mais aussi du commerce traditionnel. Nos entrepôts sont situés à Ellange, au carrefour de la France, de l'Allemagne et du Grand-Duché. Nous employons actuellement plus de 130 personnes, pour un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros et gérons environ 1.000 clients.

La société a été fondée en 1920 et a été dirigée tour à tour par mon grand-père, mon père et mon oncle. Avec mon frère, nous représentons la 3^e génération d'entrepreneurs. Si nous avons souhaité perpétuer la tradition familiale, c'est d'abord parce que nous avons baigné dans cet univers depuis l'enfance, mais aussi parce que très tôt, nous avons développé une vraie sensibilité gustative, olfactive et tactile pour les fruits et légumes. Tout cela nous a donc naturellement amené à en faire notre métier.

Après plus de 35 ans passés dans le négoce de fruits et légumes et un succès fulgurant, on ne peut que constater que vous êtes toujours aussi passionné par votre métier, puisque vous avez lancé, ces dernières années, un certain nombre de nouvelles activités telles que Fruit@office, la marque luxembourgeoise «Vitality by Grosbusch» ou encore «Fresh-Découpe». Quelle est la source de votre motivation?

D'abord, je dois dire que c'est un métier qui peut paraître assez «banal», mais qui nécessite de développer un véritable lien et un respect pour les produits. Ensuite, il faut bien comprendre que dès le départ, mon frère et moi avons eu à relever un défi de taille: lorsque nous avons repris l'entreprise en 1978, tout était à faire. A l'époque, nous étions une TPE au milieu d'un vaste marché, avec pas moins de douze grossistes concurrents. Pour nous, la pression concurrentielle a été, dès lors, un vrai moteur. Je me suis inspiré de ce qu'il y avait de plus performant chez chacun de mes concurrents, en partant du principe que nous ne serions jamais «parfaits», mais que nous pourrions en tout cas être meilleurs. Et pour être meilleur que ses concurrents, il faut savoir se différencier tout en s'adaptant aux évolutions du marché. Je crois que c'est cette volonté d'amélioration continue et cet esprit d'innovation qui nous ont emmenés si loin et qui nous permettent de ne pas stagner aujourd'hui ... et force est de constater que nous avons eu raison d'insister au départ, puisqu'aujourd'hui, presque tous nos concurrents ont disparu.

Quelles sont les valeurs que vous privilégiez au quotidien, dans votre entreprise et personnellement? En d'autres termes, quels sont les ingrédients de votre succès?

Notre devise est «la qualité avant tout». Nous avons d'ailleurs développé un «business model» spécifique, centré sur ce gage de qualité. Il faut savoir qu'actuellement, nous travaillons en flux-tendu. Cela signifie que nous stockons le moins possible dans nos entrepôts et importons des fruits et légumes chaque jour, afin de proposer à nos clients une fraîcheur de produits inégalable, et ce toute l'année. La confiance en nos collaborateurs et notre capacité à déléguer sont deux autres aspects, qui je pense, font également notre succès. En fait, il y a déjà plusieurs années que nous avons constitué un comité de direction, qui rassemble un directeur des ventes, un Chief Operating Officer et un Chief Financial Officer, aux compétences complémentaires. Ce comité prend en charge la gestion quotidienne, pendant que mon frère et moi nous consacrons à des aspects plus stratégiques de l'activité (innovations, lancement de nouveaux produits, formation de la 4^e génération ...).

Vous êtes aujourd'hui mentor dans le cadre du programme BusinessMentoring. Qu'est-ce qui vous a séduit dans le mentorat?

Comme je le dis souvent, je n'ai pas fait d'études mais j'ai «absorbé» de nombreux savoirs au fil des années. Ma richesse, c'est en fait aujourd'hui la connaissance de mon métier. Quand je parle de métier je ne parle pas seulement du fait d'être grossiste, mais aussi du fait d'être chef d'entreprise. Justement, aujourd'hui, à 57 ans, j'ai envie de capitaliser mon expérience et de la mettre au service d'autres entrepreneurs qui ont besoin de rester concentrés sur leur vision d'entreprise pour réussir, un peu comme nous avons eu à le faire à l'époque avec mon frère. En fait, il ne faut pas croire qu'être entrepreneur, c'est quelque chose de totalement inné ... il y a l'aspect «savoir-faire» et «savoir-être» du métier. Bien sûr, on peut vous montrer comment faire au niveau du merchandising, des achats, du marketing etc. Mais le mentor va vous montrer autre chose: comment être un entrepreneur. C'est ce que je trouve formidable dans le mentorat.

Vous parlez de transmission de savoir. On le sait, chez vous, les fruits et les légumes sont une affaire de famille: avez-vous commencé à préparer la relève au sein de votre propre entreprise?

Dans la logique de ce que je viens d'expliquer, et lorsque mon frère et moi avons commencé à réfléchir sérieusement à notre succession, je me suis dit que cela ne servait à rien de vouloir «forcer» la relève familiale et qu'après tout, nos enfants n'avaient peut-être pas la fibre entrepreneuriale. Je voulais surtout qu'ils s'épa-

nouissent dans le métier de leur choix. Finalement, après avoir obtenu des diplômes dans des domaines totalement différents de celui des fruits et légumes, ils ont décidé de venir renforcer notre équipe. Nous formons donc actuellement la 4^e génération à la succession. Pour l'instant, c'est quelque chose de tout récent, ma fille nous ayant rejoint en janvier de cette année.

Vous accompagnez depuis 6 mois un jeune chef d'entreprise, qui a repris un commerce traditionnel en 2010. On sait que la pérennité dans le domaine du commerce de détail reste une préoccupation économique de taille. Comment aidez-vous votre mentoré à aborder cette reprise et quel regard portez-vous sur lui?

Lorsque j'observe mon mentoré, j'ai parfois l'impression de me revoir plusieurs années auparavant, lorsque je démarrais. Je ressens une profonde empathie pour ce jeune repreneur, ce qui me donne encore plus envie de le voir s'épanouir.

Dans cette relation mentorale, mon challenge est de réussir à amener mon mentoré à réorienter son attitude et à affirmer son leadership. En effet, il s'agit de quelqu'un qui, jusque là, avait toujours travaillé comme salarié. Il a franchi un premier cap en décidant de devenir son propre patron, mais il a encore tendance à penser comme un employé plutôt que comme un décideur. J'essaie donc de l'amener à adopter davantage une attitude d'entrepreneur. En plus de lui apporter mon regard de mentor, j'essaie aussi régulièrement de me glisser dans la peau du client. Par exemple, en faisant certaines remarques concrètes sur l'agencement de sa boutique, ou encore, sur son offre commerciale.

Quelle question souhaiteriez-vous que l'on vous pose? Et quelle en serait la réponse?

Nous avons parlé de la relation mentorale, qui est un aspect bien sûr très enrichissant du programme, mais nous n'avons pas parlé de la relation de confiance qui existe entre les chefs d'entreprise et l'équipe coordinatrice, et qui à mon sens, est une des forces incontestables du programme.

Je dois avouer que lorsque j'ai rejoint le Réseau de Mentors, je n'avais pas imaginé trouver une telle richesse d'échanges et une telle ouverture d'esprit à tous niveaux... des échanges qui ne seraient pas si fructueux sans l'encadrement et le suivi régulier qui nous sont fournis. J'apprécie plus particulièrement les rencontres entre mentors, organisées tous les mois, qui se font toujours dans une ambiance conviviale et non-marchande. Nous sommes là sur du pur partage d'expérience, et c'est un aspect que je tiens particulièrement à souligner. Je ne peux, à ce titre, qu'inciter davantage de chefs d'entreprises à venir partager leur expérience avec nous.

Pourriez-vous partager avec les «jeunes» entrepreneurs une citation qui vous inspire?

Il y a une citation de Steve Jobs que j'aime beaucoup et qui dit «soyez insatiables, soyez fous». Il est vrai qu'en matière d'entrepreneuriat, ce ne sont ni la frilosité, ni les certitudes qui nous permettent d'avancer. Cela traduit tout à fait l'idée que je me fais d'un entrepreneur: quelqu'un d'audacieux, qui cherche toujours à aller plus loin et qui n'hésite pas à se remettre en question.

Speed Coaching & Conférence 1,2,3 Go

L'entreprise familiale – un concept, deux mondes?

Dans le cadre de son parcours interrégional de plan d'affaires 1,2,3, GO, l'A.s.b.l. Business Initiative a organisé une séance de Speed Coaching le mardi, 31 janvier 2012 à la CCI de la Sarre à Sarrebruck. L'occasion pour les futurs créateurs d'entreprises innovantes en Grande Région de

tester gratuitement leur projet en recevant des avis professionnels d'experts lors de rendez-vous individuels de 3x30 minutes. 20 porteurs de projets innovants et une vingtaine de coachs venus de toute la Grande Région ont participé à cet échange interactif. La conférence de Dirk Heindrichs (serial-entrepreneur

et coach 1,2,3, GO) ayant pour thème «L'entreprise familiale – un concept, deux mondes?» a rassemblé les membres du réseau 1,2,3, GO, des entrepreneurs et différentes personnalités du milieu économique et politique. L'événement était parrainé par le ministère de l'Économie et des Sciences de la Sarre.



La séance de Speed Coaching

■ Qu'est-ce que le «Speed Coaching»?

Le «Speed Coaching» est un concept qui permet aux futurs créateurs d'entreprises innovantes de tester leur projet en temps réel auprès des experts du réseau 1,2,3, GO, gratuitement et en toute confidentialité.

Chaque candidat dispose de 3 fois 30 minutes pour rencontrer individuellement 3 coachs. Les 15 premières minutes lui permettent de présenter les aspects principaux de son projet, à savoir le profil de l'entrepreneur, l'innovation du concept et le marché ciblé. Les 15 minutes restantes sont réservées aux coachs pour donner leur feedback constructif à chacun des candidats.

L'objectif est de permettre aux futurs entrepreneurs de vérifier l'originalité, le potentiel et la faisabilité des projets, de recevoir des conseils de professionnels et de multiplier les contacts professionnels. Cet exercice constitue une première étape qui a comme objectif d'aider les futurs créateurs à élaborer un plan d'affaires cohérent et de recadrer leurs projets si nécessaire.

En soirée, Volker Giersch, directeur de la CCI de la Sarre a ouvert la partie officielle de l'événement. Après un mot d'accueil de Thorsten Kiefer, représentant du ministère de l'Économie et des Sciences de la Sarre, Dirk Heindrichs a débuté sa conférence sur le thème «L'entreprise familiale – un concept, deux mondes?»¹. Il a ainsi expliqué que le terme «entrepreneuriat» renvoie vers des compétences, le capital et la rentabilité. Quant à la famille, elle est synonyme d'émotions et de sécurité, et elle

est probablement le fondement le plus important de l'être humain. La combinaison des deux peut facilement générer des situations de conflit.

La relation que la famille entretient avec l'entreprise et ses collaborateurs, ainsi que l'emprise qu'elle a sur les prises de décision peuvent déclencher des comportements irrationnels, voire contre-productifs, et provoquer des réactions émotionnelles conscientes ou inconscientes. Mais cette apparente contradiction offre aussi de nombreuses opportunités. En adoptant une approche holistique et bien réfléchie, elle peut devenir une source de développement dynamique et durable pour l'entreprise et mener à long terme à la création de richesse pour la famille.

Étant coach pour des entreprises familiales, Dirk Heindrichs s'occupe avant tout de la problématique émotionnelle dans les entreprises familiales. Père



Dirk Heindrichs

de famille passionné et serial-entrepreneur, il a pu, pendant ses 30 ans de carrière, faire l'expérience des nombreuses facettes et défis de l'entrepreneuriat familial. Aujourd'hui, il accompagne et conseille des entreprises familiales en Grande Région et au-delà.

L'événement a également été l'occasion de récompenser 4 coachs du réseau 1,2,3, GO (qui compte près de 400 membres en Grande Région) pour leur ancienneté et la qualité des services qu'ils fournissent à titre bénévole dans le cadre du parcours 1,2,3, GO: Jean-Louis Leclaire (Actalium, Lorraine), Daniel Fondu (IF Group, Luxembourg), Gerd Deuster et Claus Osterberg (Business Angels Network Sarre).

Norbert Pflieger, un des lauréats 1,2,3, GO de l'édition 2008-2009, a ensuite pris la parole pour témoigner de son expérience en tant que porteur de projet 1,2,3, GO et de la création de



(de g. à d.) Samuel Paulus (1,2,3 Go), Jean-Louis Leclaire (Actalium, Lorraine), Daniel Fondu (IF Group, Luxembourg), Claus Osterberg, Gerd Deuster (Business-Angels-Netzwerk Saarland, Sarre), et Robert Dennewald (Business Initiative A.s.b.l.)

¹ Titre original «Familienunternehmen – ein Wort, zwei Welten?». La conférence était en allemand avec une traduction simultanée en français

son entreprise SemVox à Sarrebruck, qui développe et commercialise des technologies de reconnaissance vocale.

Une séance de Questions-Réponses avec le public a clôturé les débats. Les discussions pouvaient être prolongées ensuite lors d'un cocktail-networking offert par la CCI de la Sarre, où les participants avaient l'occasion de s'entretenir avec les orateurs et experts dans une ambiance conviviale.

Actuellement, 81 projets innovants ont soumis leurs candidatures au parcours 1,2,3, GO pour l'édition 2011-2012. 41 projets ont été acceptés pour un accompagnement (17 de Luxem-

bourg, 10 de France, 9 de Belgique et 5 d'Allemagne), couvrant des secteurs aussi variés que les NTIC, les énergies renouvelables, le commerce, la médecine ou les loisirs. ■

Prochain événement 1,2,3 Go: la formation au business plan le mercredi, 28 mars 2012 à la Chambre de Commerce Luxembourg.

Appel à projets

Vous avez un projet innovant?

La 12^e édition du parcours 1,2,3 Go est sur les rails!

Rendez-vous sur www.123go-networking.org et déposez une courte description de votre projet via le formulaire en ligne.

S'il est accepté par notre comité de lecture selon les 4 critères d'accès (innovation, faisabilité économique, avoir le siège en Grande Région et ne pas être financé par du capital à risque), vous pouvez participer au parcours 1,2,3 Go, à ses nombreux événements-networking en Grande Région et recevoir du coaching gratuit pour l'élaboration de votre plan d'affaires. ■

12,3 GO
DES ENTREPRENEURS AIDENT DES ENTREPRENEURS

MERCI À NOS PARTENAIRES, DES ENTREPRISES CITOYENNES!

NOS PARTENAIRES FINANCIERS:
Banque et Crédit (Banque de Luxembourg)
pwc
IE
SES+

NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS:
Pôle 123
Lorraine

NOS PARTENAIRES MÉDIAS:
paperjam
Le Jeudi
L'Union
Tageblatt
Entrepreneur
REVUE TECHNIQUE
BUSINESS
Scitube
Journal d'Entrepreneurs
PME
SR1

ORGANISÉ PAR:
Fedil
my start
Lorraine
PME

VENEZ NOUS REJOINDRE SUR: www.123GO-NETWORKING.ORG

Concours GENIAL 2012: c'est parti!

Pour la 4^e année consécutive, le Concours GENIAL fait appel à la créativité et à l'imagination des jeunes. Placé sous le thème de «Lief deng Iddi – Verbesser deng Welt!», le Concours GENIAL a pour objectif de promouvoir la réflexion créative et l'esprit d'innovation auprès des jeunes de 5 à 20 ans, en leur donnant la possibilité d'exprimer et de développer des idées nouvelles, créatives et ...GENIALes! «Les têtes créatives d'aujourd'hui sont les entrepreneurs, ingénieurs, designers et chercheurs de demain», a souligné Marco Walentiny, président de Luxinnovation.

Penser de manière créative, dépasser les limites de son imagination ou inventer des solutions innovantes, tels sont les ingrédients pour améliorer, simplifier ou embellir notre vie quotidienne de demain. C'est pourquoi le Concours GENIAL, depuis sa création en 2009, souhaite sensibiliser les enfants et adolescents à la créativité et à l'innovation dès le plus jeune âge. En soutenant le Concours GENIAL, Yves Monville, professeur chargé de mission au ministère de l'Éducation nationale, a rappelé «l'importance d'aider les jeunes à explorer leur potentiel créatif et à développer leur esprit d'innovation».

Parmi les idées gagnantes des dernières éditions on retrouve, par exemple, un «Zahnsparngereiniger» – un nettoyeur électrique destiné aux appareils dentaires – un «Behindertenparkplatzverteidiger» – un système qui assure que les places de parking sont bien réservées aux personnes à mobilité réduite ou encore un «Multime-

diaschuh» – une chaussure multimédia. Toutes les idées gagnantes des trois éditions précédentes sont présentées et détaillées sur le site www.genial.lu.

Le Concours GENIAL 2012 s'adresse aux enfants et aux jeunes de 5 à 20 ans. Les idées peuvent être soumises seul ou en groupe, dans le cadre de l'école ou pendant les loisirs et dans tous les domaines (technologie, économie, communication & médias, langues, transport, design, environnement, services, loisirs, sport, musique ...).

Un jury, composé de représentants de domaines variés – entreprises, centres de recherche ou encore professionnels du monde du design, de la culture et de l'éducation – sélectionnera les meilleures idées selon 5 catégories d'âge:

- Catégorie 1: 5 à 7 ans (Cycles 1 & 2);
- Catégorie 2: 8 à 11 ans (Cycles 3 & 4);
- Catégorie 3: 12 à 14 ans (Cycle inférieur);
- Catégorie 4: 15 à 18 ans (Cycle supérieur);
- Catégorie 5: 19 à 20 ans (Projet de fin d'études soumis dans le cadre du Concours).

Les idées seront évaluées selon des critères tels que la créativité et l'originalité de l'idée, la qualité de sa réalisation, la probabilité d'une éventuelle mise en œuvre ou encore son caractère innovant.

Les idées peuvent être déposées jusqu'au 30 avril 2012 dans tous les formats (dessins, maquettes, vidéos, photos ...) à Luxinnovation.



Le Concours GENIAL est une initiative de Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, en collaboration étroite avec le ministère de l'Éducation nationale et avec le soutien de ses partenaires: Casino Luxembourg – Forum d'art contemporain, Centre Information Jeunes (CIJ), Croix-Rouge Luxembourgeoise, Entente des Gestionnaires des Maisons de Jeunes, Jonk Entrepreneuren, Luxorr, ministère de la Culture, ministère de la Famille et de l'Intégration, Service National de la Jeunesse (SNJ), Syn2cat.

Pour plus d'informations: www.genial.lu; www.facebook.com/ConcoursGENIAL

Personne de contact: Carole Nuss – Luxinnovation

Tél.: (+352) 43 62 63-1 – E-mail: carole.nuss@luxinnovation.lu

Protection de l'environnement

Eviter les pesticides: protéger la nature et le milieu aquatique



Dans les zones industrielles et commerciales modernes, la question des espaces verts et des parkings sur les aires d'exploitation prend de plus en plus d'importance. Il existe fréquemment des prescriptions relatives à l'imperméabilisation des sols et à la gestion des eaux de surface.

■ Intégrer les espaces verts dans la protection de l'environnement des entreprises

La nature n'a pas sa place sur les surfaces commerciales, c'est communément ce que l'on pense. Des exemples à l'étranger montrent cependant que ce n'est pas exact. En Suisse, par exemple, plus de 300 entreprises ont aménagé leur périmètre d'exploitation selon les critères mis au point par la Fondation Suisse Nature et Économie et les ont fait certifier.

Tous les acteurs en profitent: les aires commerciales et industrielles peuvent servir de refuge à la faune et la flore et contribuer ainsi à protéger la biodiversité. Par ailleurs, ces surfaces s'intègrent mieux dans le paysage, les populations ne les considèrent plus comme des corps étrangers et les collaborateurs de l'entreprise y séjournent plus volontiers – un plus également en termes de motivation. Enfin, les entreprises font des économies, l'entretien de ces surfaces étant moins onéreux.

Réduire les coûts d'entretien des surfaces – ce point devrait être pris en compte dès le stade de planification de nouvelles entreprises. En général, il est cependant possible de restaurer des surfaces commerciales existantes.

■ Eviter les pesticides

Un autre point important dans l'aménagement naturel de surfaces commerciales consiste, en plus de réduire l'imperméabilisation des surfaces, à renoncer à l'utilisation de pesticides.

Depuis des années, on relève régulièrement la présence de résidus de pesticides dans les eaux luxembourgeoises, autant dans les nappes phréatiques que dans les ruisseaux, les rivières et les lacs. Les pesticides présentent des risques pour la nature et l'environnement. Ils peuvent s'accumuler dans la chaîne alimentaire, perturber l'équilibre biologique et entraîner la disparition de nom-

breuses espèces animales et végétales. Ces impacts négatifs sur la biodiversité débouchent sur une perte de la beauté et de la valeur intrinsèque du milieu naturel dans lequel nous vivons. On observe également de plus en plus des conséquences à long terme sur l'être humain. Toutes les entreprises disposant d'espaces verts devraient ainsi faire appel à un service compétent capable de les conseiller en matière d'entretien naturel et sans pesticides de leurs surfaces et de demander, si c'est le cas, à l'entreprise spécialisée chargée d'entretenir ces surfaces, de renoncer aux pesticides dans le cadre de cet entretien.

Les entrepreneurs prévoyants identifient les points communs entre leur action commerciale/industrielle et la biodiversité et mettent au point des mesures pour pallier les risques: la gestion du risque est d'actualité et doit naturellement s'accompagner d'un engagement pour le maintien de la biodiversité – un engagement qu'attendent également de plus en plus vos clients. ■



La campagne «Sans pesticides»

La nouvelle édition de la semaine «Sans pesticides» se tient du 20 au 30 mars 2012 en Belgique, en France et au Luxembourg. Le Luxembourg participe pour la 3^{ème} fois à cette action.

La campagne nationale «...sans pesticides» est organisée par un grand nombre d'acteurs dans le domaine de l'environnement, parmi lesquels la SuperDrecksKescht. Elle a pour objectif d'informer le public et les communes des impacts nocifs des pesticides sur le milieu et la santé et de promouvoir des méthodes alternatives d'entretien des surfaces publiques et privées dans les zones urbaines.

La campagne appelle les communes et le public à éviter autant que possible l'utilisation de pesticides, d'accepter une plus grande biodiversité dans les zones urbaines, de favoriser les méthodes d'entretien alternatives et de penser à l'entretien des espaces verts, des axes routiers et autres dès le stade de la conception et de la planification.

Le programme de la semaine et des informations plus détaillées figurent sur le site www.emwelt.lu/sanspesticides. ■



**BUSINESS
MEETS
RESEARCH
2012**
FORUM LUXINNOVATION

© PIRANHA / PPT / POISSONS ROUGES



**FORUM LUXINNOVATION:
WHERE COMPANIES AND
RESEARCH ORGANISATIONS
COME TOGETHER**

22-23 MAY

**CONFERENCE CENTRE
OF THE CHAMBER OF COMMERCE
LUXEMBOURG - KIRCHBERG**



IN COLLABORATION WITH:

PARTNER REGION: SAARLAND



Enquête de conjoncture dans le secteur du commerce et des services

La confiance des entrepreneurs luxembourgeois entamée

L'enquête de conjoncture menée dans le secteur du commerce et des services est réalisée par voie électronique auprès d'un échantillon représentatif de 377 entreprises (148 entreprises du secteur du commerce et 229 entreprises du secteur des services). Le taux de réponse de l'enquête relative au 1^{er} trimestre 2012 a été de 49,1 %.

Cette enquête, menée auprès de chefs d'entreprises, vise à collecter leur opinion sur l'évolution trimestrielle de leur environnement économique, ainsi que de leur chiffre d'affaires. Les résultats, reproduits à travers les graphiques ci-après, enregistrent, pour chaque trimestre, les soldes entre les réponses positives et négatives des entreprises (balances, c'est-à-dire la différence entre les réponses «en hausse» et les réponses «en baisse»). Deux types de «balances» sont repris dans les graphiques, l'un en lien avec l'évolution de l'indicateur d'activité au cours du trimestre en cours par rapport au trimestre précédent (balance de résultat trimestriel), l'autre

en rapport avec les anticipations pour le prochain trimestre (balance d'anticipations trimestrielles).

Vu la qualité et la fiabilité des résultats de l'enquête de conjoncture, le STATEC a décidé de lui conférer un statut de statistique officielle. Par conséquent, depuis le mois de février 2012, l'enquête est réalisée mensuellement selon les normes européennes. Afin d'assurer la transition entre les deux périodicités, les balances de résultats présentées dans ce numéro demeurent celles du 1^{er} trimestre 2012. Les balances d'anticipations concernent le 2^e trimestre 2012. Les différentes balances trimestrielles roulantes, dorénavant établies sur une base mensuelle, seront présentées dans les prochains volets du Merkur, à raison d'une analyse de ces bases mensuelles par trimestre.

■ Secteur du commerce

La balance de résultat trimestriel représente la perception de l'environnement économique par les entrepre-

neurs du secteur du commerce. Au cours du 3^e trimestre 2011, cette balance avait connu une chute vertigineuse de presque 60 points, jusqu'à l'un de ses niveaux les plus bas historiquement (de -29,00 points). L'enlisement de la crise de la dette souveraine en Europe au cours de l'été 2011 n'était pas étranger à l'effondrement de la balance.

Conséquence directe de cette crise, les balances de résultat des deux trimestres subséquents, à savoir celles du dernier trimestre 2011 et du premier trimestre 2012, se caractérisent par une forte volatilité et témoignent de l'incertitude ambiante liée au climat économique actuel. L'amplitude des variations récentes de la balance de résultats du secteur atteint des niveaux encore jamais observés depuis que l'enquête existe: d'une part, l'impressionnant rebond (+54,37 points) observé au dernier trimestre 2011 a ramené la balance à l'un de ses niveaux les plus hauts (+25,37 points); d'autre part, le premier trimestre 2012 voit une chute d'amplitude similaire (-53,87 points), ramenant à son tour la balance à un plancher historiquement bas (-28,50 points). Les chefs d'entreprises du secteur du commerce paraissent pour le moins tiraillés entre la relative bonne performance de l'Allemagne et la détérioration des perspectives de croissance de la zone euro, avec les premiers signes de récession annoncés en France et en Belgique notamment.

La balance d'anticipations trimestrielles dans le secteur du commerce avait diminué sensiblement au cours du trimestre précédent, annonçant une possible diminution de la balance de résultat qui s'est bien produite. Il semblerait qu'une amélioration soit de mise pour le second trimestre 2012, avec une remontée de presque 30 points (de -2,42 à +26,23 points). Ce résultat semble faire écho à l'indicateur de confiance des consommateurs établis par la BCL, qui s'est nettement amélioré en janvier 2012. Etant donné la volatilité de l'indicateur de perception de l'environnement économique (balance de



résultat trimestriel), la prudence reste néanmoins de mise.

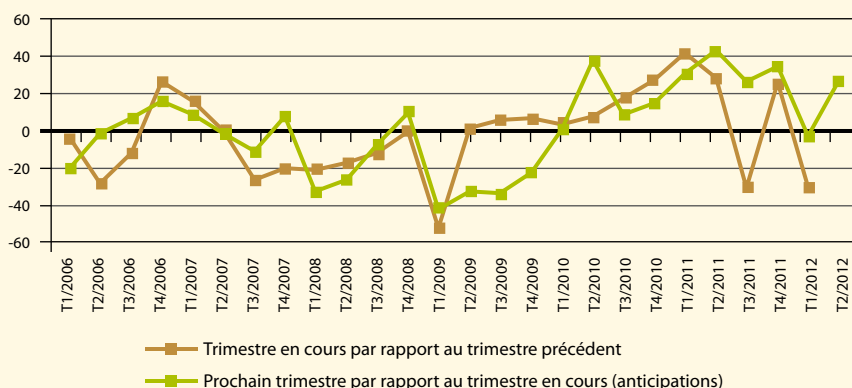
Depuis la fin de l'année 2009, la balance de chiffre d'affaires connaît une volatilité systématique dans le secteur du commerce. Ainsi, sur base du graphique 2, on constate un résultat pour le 1^{er} trimestre 2012 inverse à celui du trimestre précédent. En effet, une importante diminution de 73,62 points (de +56,13 à -17,49 points) est à acter au premier trimestre 2012. Cette diminution était à prévoir au vu des projections pessimistes des chefs d'entreprises au 4^e trimestre 2011. La volatilité de forte amplitude de la balance de chiffre d'affaires combinée à celle, plus récente, de l'indicateur de l'environnement économique (balance de résultat) illustre à nouveau le climat de grande incertitude dans lequel les dirigeants du secteur du commerce évoluent.

Prises ensemble, les balances d'anticipations relatives au secteur du commerce, que ce soit du point de vue de l'appréciation de l'environnement économique (balance de résultat) ou de chiffre d'affaires, traduisent des projections pour le prochain trimestre relativement optimistes, en ligne avec l'indicateur de confiance des consommateurs. Inutile cependant de rappeler que la conjoncture internationale demeure fragile. De ce fait, la conjoncture luxembourgeoise reste incertaine malgré une grande résistance du pouvoir d'achat des ménages luxembourgeois face à la crise.

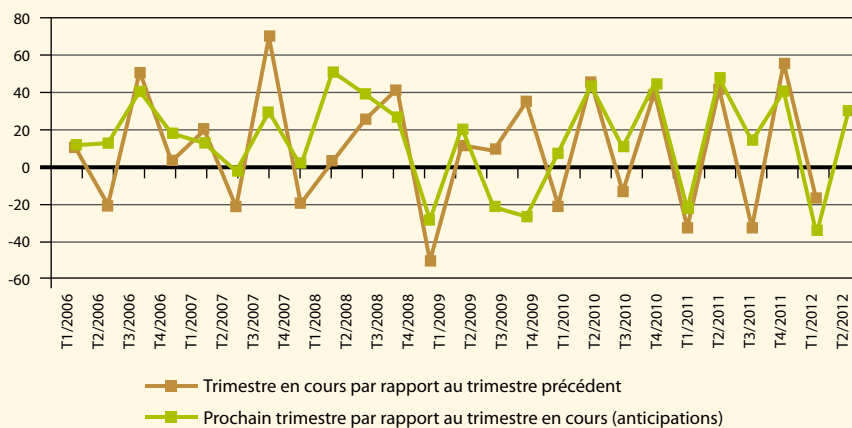
■ Secteur des services

Grand point de préoccupation du trimestre précédent, la balance d'anticipations trimestrielles de résultats attendus pour le 1^{er} trimestre 2012 s'effondrait de plus de 70 points (de +59,00 à -11,32 points). Malheureusement, elle préfigurait bien une baisse de l'indicateur de perception de l'environnement économique de la part des hommes d'affaires du secteur des services (balance de résultat trimestriel) pour le 1^{er} trimestre 2012. En effet, la balance de résultat trimestriel du secteur chute de près de 40 points au 1^{er} trimestre 2012 (de +6,15 à -36,5 points), ce qui n'avait plus été observé depuis 2009. Les doutes liés à la viabilité des finances publiques de nombreux états européens et la détériora-

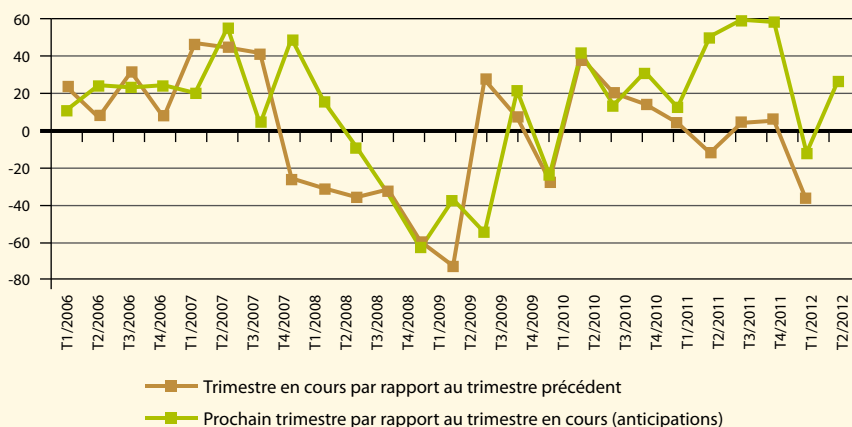
**Graphique 1 – Environnement économique
Secteur du commerce**



**Graphique 2 – Chiffre d'affaires
Secteur du commerce**



**Graphique 3 – Environnement économique
Secteur des services**

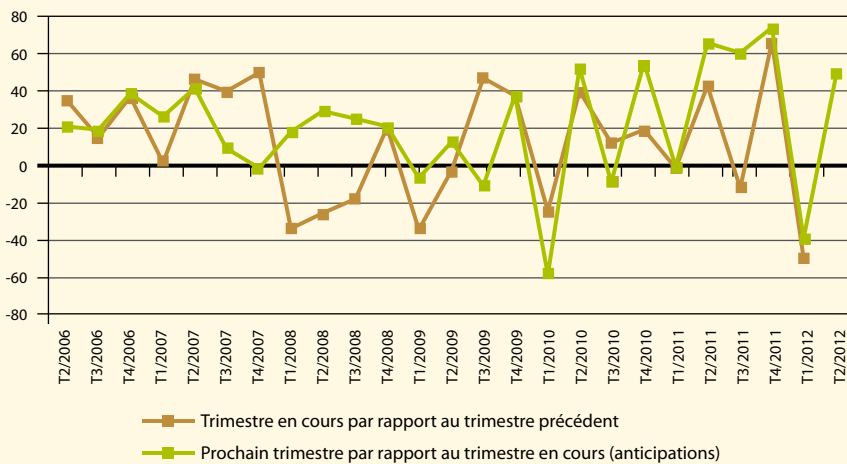


tion subséquente des conditions de crédit bancaire semblent donc bien peser lourd sur les débouchés commerciaux et les exportations de services, notamment sur les services financiers.

Cependant et comme pour le secteur du commerce, la balance d'an-

ticipations trimestrielles de résultats attendus pour le second trimestre 2012 remonte de près de 40 points (de -11,32 à +27,25 points). A nouveau, ce regain d'optimisme est à accueillir avec prudence au vu de l'incertitude caractéristique du climat économique actuel.

Graphique 4 – Chiffre d'affaires
Secteur des services



De son côté, la balance du chiffre d'affaires du secteur des services s'effondre littéralement, de plus de 110 points au premier trimestre 2012 (de +63,55 à -48,78 points). Cette chute vertigineuse fait écho à la chute de la

balance des anticipations relatives au chiffre d'affaires qui avait été annoncée au trimestre dernier (chute annoncée de presque 110 points, de +71 à -38,57 points). Comme c'est le cas avec la balance d'anticipations de résultats du

secteur des services, la balance d'anticipation du chiffre d'affaires remonte au second trimestre 2012, et ce, de manière drastique (remontée de 85,79 points, de -38,57 à +47,22 points).

Quelles conclusions tirer des résultats de l'enquête? Plusieurs économies européennes sont entrées en récession en 2012 et il semblerait que le Luxembourg est en train de leur emboîter le pas. Les chutes des balances de résultat et de chiffre d'affaires pour le secteur tant du commerce que celui des services, le secteur plus important de notre économie, suggèrent en effet que le Luxembourg a au moins un pied dans la récession. Le deuxième pied sera-t-il posé dans cette récession cours du second trimestre 2012? Rien n'est moins sûr au vu des balances d'anticipations de résultat et de chiffre d'affaires, toutes deux en hausse dans chaque secteur.

Ifo World Economic Survey (WES): results of the 1st quarter 2012

Ifo World Economic Climate Brightens Slightly

The Ifo World Economic Climate Indicator showed a slight upturn in the first quarter of 2012 after two successive decreases, but remains significantly below its long-term average. The improvement was entirely driven by a slightly more optimistic six-month outlook. Appraisals of the current situation, on the other hand, were poorer than in last quarter's survey. The survey results confirm that the situation of the world economy remains difficult.

The economic climate in *Western Europe* changed very little. While the current economic situation deteriorated further compared to the last quarter of 2011, the six-month outlook brightened

slightly, but nevertheless continued to signal skepticism. The economic climate in *Asia* points to an economic slowdown. Significantly poorer appraisals of the current situation pushed the climate indicator further below its long-term average.

Positive signs, however, came from *North America*, and especially from the USA, where a clear improvement was seen, especially in the current economic situation. The economic six-month outlook is also noticeably more positive than it was three months ago.

Inflation estimates for 2012 decreased clearly, dropping to a global average of 3.5%, after last year's figure of 4.0%. WES experts expect *short-term interest rates* to remain *unchanged* and/or to

decrease slightly over the next six-months. According to WES experts, the *yen* in particular is over-valued. They expect the global average *dollar exchange rate* to *rise slightly* over the next six months.

Since 1981, the Ifo Institute has conducted a quarterly survey in numerous countries on business cycle developments and other economic factors in the experts' home countries. The April 2011 survey received responses from 1,107 experts in 120 countries including Luxembourg. The survey is conducted in co-operation with the International Chamber of Commerce in Paris (ICC). A detailed regional analysis appears in the quarterly journal: CESifo World Economic Survey.

World Economy (Index, base year: 2005 = 100)

Quarter/Year	I/2010	II/2010	III/2010	IV/2010	I/2011	II/2011	III/2011	IV/2011	I/2012
Climate	99.5	104.1	103.2	98.6	106.8	107.7	97.7	78.7	82.4
Situation	67.3	80.4	93.5	95.3	102.8	108.4	99.1	86.0	84.1
Expectations	129.8	126.3	112.3	101.8	110.5	107.0	96.5	71.9	80.7

The Luxembourg Chamber of Commerce actively participates in this

survey, notably by providing expertise as to the past, present and future

economic developments and trends in Grand-Duchy. ■

Journées de l'économie 2012

«Le Luxembourg dans la Grande Région: quelle stratégie industrielle dans le contexte économique actuel?»

C'est dans une conjoncture économique difficile que se sont tenues, les 8 et le 9 février derniers, les traditionnelles Journées de l'Economie du Luxembourg et de la Grande Région. Le succès de ce forum économique, dont les frais d'inscription ont été cette année intégralement reversés au profit de l'A.s.b.l. Business initiative et son réseau 1,2,3 Go, démontre l'importance que les professionnels attachent à ce genre d'initiative. La stratégie industrielle, comme thématique de fond, a rassemblé, à la Chambre de Commerce, des centaines d'entrepreneurs, d'économistes, de politiciens ou encore de représentants syndicaux, tous désireux de donner leur point de vue éclairé sur les différentes problématiques évoquées. Avant de se consacrer aux problématiques que rencontrent les industriels sur le terrain, les participants se sont d'abord penchés sur les enjeux qui entourent le secteur de l'industrie, et se sont intéressés en particulier sur les défis de la ré-industrialisation.

■ Le ré-industrialisation et les autres défis dans la stratégie industrielle actuelle

Depuis les débuts des années 1980, l'industrie connaît un profond déclin en Europe occidentale, dont au Grand-Duché. Au Luxembourg, ce secteur représente aujourd'hui seulement 7 % de la contribution au PIB contre 44 % en 1970. L'essor du secteur financier et des services qui a soutenu la croissance du pays, a eu le désavantage de relayer quelque peu au second plan le **vieillissement de notre capital industriel** et la baisse de la compétitivité du Luxembourg face à la pression sur les coûts engagée par les pays émergents.



Etienne Schneider, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, S.A.R. le Grand Duc héritier Guillaume, Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce

Le tableau est dressé. A cela, une première interrogation a débouché sur un consensus: le Luxembourg, tout comme la Grande Région, ne peut pas abandonner l'industrie au profit d'une économie totalement basée sur le secteur des services. Une monoculture de services – tout comme une monoculture industrielle – rend l'économie vulnérable. Et les services valables et intéressants au niveau international peuvent être délocalisés plus facilement que des installations industrielles.

Partant, l'ensemble des intervenants s'est entendu sur la nécessité d'encourager une ré-industrialisation, ou plutôt une nouvelle industrialisation à travers notamment une **spécialisation dans des secteurs à haute valeur ajoutée**. Pour cela, il ressort qu'une politique cohérente et clairement définie est nécessaire, et qui doit être le fruit d'une volonté commune de la société au sens large.

Dans ce contexte, Claude Wiseler, ministre du Développement durable et des Infrastructures, a mis en exergue un premier défi pour pouvoir opérer une ré-industrialisation efficace. Il a souligné l'importance de mettre en place une



Didier Mouget, managing partner, PwC Luxembourg



Les Journées de l'Economie 2012 ont réuni personnalités et public venus nombreux

stratégie d'aménagement du territoire (voir notamment le plan sectoriel pour identifier les zones d'implantation des entreprises industrielles) **et de mobilité innovante** comme leviers de développement économique au Luxembourg et en Grande Région.

L'investissement dans les ressources humaines est une autre condition indispensable pour redynamiser l'industrie. Les intervenants s'accordent sur l'importance de proposer une nouvelle approche de la formation à l'emploi, et de valoriser les compétences des employés. Avec 1,7 % du PIB consacrés à la Recherche et Développement, et près de 1.300 chercheurs dans le domaine privé, l'effort pour promouvoir les activités innovantes est considéré trop faible. La collaboration entre les acteurs de la recherche publique et privée doit, en outre, être renforcée. Aussi, au fil des discussions, la **création d'un écosystème de l'innovation** efficient, plaçant la R&D au centre de la stratégie industrielle, apparaît comme un élément essentiel pour réussir la transition vers une économie moderne et compétitive.

Afin de favoriser les synergies, l'Etat doit apporter son soutien aux chercheurs et promouvoir une culture scientifique et entrepreneuriale plus forte auprès des jeunes. Dans ce sens, il faut encourager les **partenariats entre les entreprises, les universités et les centres de recherche**, et ce à une échelle transfrontalière. Cela implique la mise en place de structures opérationnelles performantes mettant en relation les différentes parties prenantes de l'innovation, du porteur de projet à l'investisseur, pour permettre

d'attirer et de développer l'entrepreneuriat high-tech.

Les participants se sont unanimement accordés sur l'utilité et la pertinence de la **création d'un haut comité pour l'industrie**, à l'image de celui déjà existant pour la place financière. Ce comité permettra de formaliser la stratégie industrielle de façon concertée dans le but de favoriser la mise en place d'actions incisives.

■ Les entreprises face au contexte économique actuel

Dans son discours, le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Etienne Schneider, a souligné la nécessité de revenir vers un équilibre budgétaire afin d'assurer la compétitivité du Luxembourg, mise en péril par la crise actuelle. Il a également affirmé la volonté gouvernementale **d'aller dans le sens de la diversification économique**, de renforcer le positionnement du pays sur des niches d'activités à haut potentiel de croissance et de miser sur une politique énergétique bien articulée.

Le ralentissement de l'activité économique en Europe touche les entreprises. Face à cette crise systémique qui sévit sur l'ensemble de la zone euro, «**le Luxembourg est proche de tomber en récession**», a indiqué Serge Allegrezza, le directeur de l'Observatoire de la Compétitivité et du STATEC.

Si les entreprises ont connu un répit très court début 2010 (relance mécanique suite à l'effondrement économique en 2009), cela fait maintenant trois longues années qu'elles luttent pour maintenir le cap en dépit de la baisse de volume de l'activité sur les principaux marchés.

A ceci, s'ajoutent l'**augmentation des délais de paiement** sur les chaînes logistiques «B2B» et la difficulté grandissante, perçue en Europe, d'emprunter auprès des banques.

Parmi les bonnes pratiques évoquées par les entrepreneurs, on retiendra les techniques d'optimisation du mix produits pour augmenter le prix de vente conversion, l'adaptation du coût de la main-d'œuvre au volume de vente réduit en ayant recours au **Plan de Maintien dans l'Emploi** ou encore la réduction de la consommation des ressources naturelles (efficacité dans l'utilisation des ressources).

Les intervenants ont, en outre, souligné que la mise en place d'outils de gestion adaptés et le **développement d'une culture entrepreneuriale** sont autant de leviers pour optimiser la compétitivité des entreprises industrielles en ces temps de crise.

Près de 80 % de la production industrielle nationale est destinée à l'exportation. Dans cette perspective, et en ce qui concerne l'accès au financement de l'activité, une option pour les filiales de grands groupes peut être de solliciter des lignes de crédit intra-groupe. Dans les opérations à l'international, les entreprises peuvent également **contracter des assurances-crédit auprès de l'Office DuCroire** ou de prestataires privés.

Dans une période où les liquidités se raréfient, les entreprises éprouvent de plus en plus de difficultés à financer le maintien de leur activité. Dans ces conditions, il devient parfois plus pertinent de **redéployer sa stratégie commerciale** sur de nouveaux marchés régionaux avec des coûts de transports réduits et une couverture commerciale mieux maîtrisée.

Au contraire, dans d'autres situations, la pénétration des marchés à l'international devient une nécessité. Ceci comporte cependant de nombreux **risques liés à la structure même des marchés** et il faut, en outre, considérer les barrières à l'entrée qu'elles soient douanières, réglementaires, financières ou culturelles.

Les intervenants ont fait le tour des problématiques conjoncturelles et structurelles auxquelles les industriels doivent faire face. Il ressort un mot clé: «**flexibilité**». Ce mot s'applique aussi bien pour les entreprises dans leur gestion des différentes fonctions que pour les autorités

publiques dans les mesures à mettre en œuvre pour soutenir les acteurs de l'industrie. Un autre mot fort est indéniable-

ment «**innovation**»; et ce au niveau de l'entreprise, à l'échelle de la politique de ré-industrialisation comme dans la créa-

tion d'un véritable écosystème attractif vis-à-vis de la recherche et des activités innovantes. ■

Gouvernance économique

Le Luxembourg échappe à une mise en garde formelle

■ Contexte général

Les nouvelles règles de l'Union européenne (UE) en matière de gouvernance économique (communément désignées par le terme «six-pack», car renvoyant à six actes législatifs européens destinés à rendre la gouvernance économique plus performante dans l'UE) comportent deux volets: une surveillance budgétaire et une surveillance macro-économique. Dans ce contexte, la **procédure concernant les déséquilibres macroéconomiques** est un nouvel outil qui vise à aider à détecter et à corriger les évolutions économiques porteuses de risques.

Le **premier rapport sur le mécanisme d'alerte**, adopté en date du 14 février 2012, marque le lancement concret de la phase de surveillance des déséquilibres macroéconomiques. Sur la base d'un **tableau de bord comprenant dix indicateurs macroéconomiques** (perte de compétitivité, niveau élevé d'endettement ou bulles spéculatives et en tenant compte d'autres données économiques, la Commission dresse, dans son rapport, la liste des Etats membres dont la situation macroéconomique doit faire l'objet d'une analyse plus approfondie. Cette dernière doit permettre de conclure si, oui ou non, il existe des déséquilibres macroéconomiques dans ces pays et, dans l'affirmative, s'ils sont préjudiciables. C'est le point de départ de la nouvelle procédure concernant les déséquilibres macroéconomiques, qui renforcera le dialogue sur l'élaboration des politiques économiques avec les Etats membres.

■ Pays concernés

La Commission européenne considère qu'une analyse complémentaire de la situation macroéconomique s'impose dans les pays suivants (hors pays qui sont suivis en particulier suite notamment au dénouement de la crise de la dette souveraine): Belgique, Bulgarie, Chypre, Danemark, Espagne, Finlande, France, Hongrie, Italie, Royaume-Uni, Slovaquie et Suède.

Le rapport conclut qu'aucune analyse complémentaire n'est nécessaire à ce stade pour les pays suivants: Allemagne, Autriche, Estonie, Lettonie, Lituanie, **Luxembourg**, Malte, Pays-Bas, Pologne, République tchèque et Slovaquie. Ces pays recevront toutefois, dans le cadre du semestre européen, des recommandations en matière de politiques budgétaires et macro-économiques.

■ Concernant le Luxembourg

Bien que le Luxembourg ait «échappé» à ce stade à une mise sous examen approfondie dans le cadre de la procédure concernant les déséquilibres macroéconomiques, le rapport final de la Commission européenne reste résolument critique à l'encontre du Grand-Duché. Ainsi, même si le Luxembourg ne fait pas partie du groupe des 12 Etats membres dont la situation macroéconomique doit faire l'objet d'une analyse plus étayée, le Grand-Duché devra s'atteler à poser un ensemble de réformes structurelles ambitieuses afin d'éviter une dégradation encore plus prononcée de sa situation socio-économique.

La Commission européenne insiste notamment sur les importantes hausses salariales consenties par le passé au Grand-Duché alors que les gains de productivité ont été plutôt faibles (hausse de 17,3 % du coût salarial unitaire – c'est-à-dire du ratio entre le coût salarial et la productivité réelle – sur une période de seulement 3 ans). La Commission rappelle par ailleurs que l'endettement du secteur privé dépasse le seuil d'alerte retenu dans le cadre de la procédure concernant les déséquilibres macroéconomiques (254 % du PIB par rapport à un seuil de 160 %), mais concède en même temps que cet indicateur fait apparaître une volatilité excessive dans le contexte de l'économie luxembourgeoise (flux de crédits dits «volatils»). De surcroît, les prix immobiliers ont enregistré une hausse vigoureuse au cours de la dernière décennie. En synthèse, pour le Grand-Duché de Luxembourg, le rapport final de la Commission européenne résume la situation de la manière suivante: *«the value of the scoreboard indicator for the current account balance is above the threshold, caused by trade surpluses reflecting the country's strong specialisation in financial services. This, however, is not related to subdued domestic demand, but concentration of economic activities and jobs in the country. Luxembourg has lost price competitiveness as a result of high wage increases and low productivity growth, but it should be noted that at the same time Luxembourg is gaining export market shares in services. Private sector indebtedness is above the indicative threshold, coupled with large and volatile credit flows. This is mainly explained by lending and borrowing operations inside international non-financial corporations, rather than an excessive indebtedness of the private sector. The household debt level is relatively contained. Real house prices witnessed large cumulated growth during the last decade and the correction is limited so far».*

La Chambre de Commerce continuera d'analyser l'évolution de l'enca-

Pour plus d'informations, consultez le rapport final COM(2012) 68 final de la Commission européenne sur le site Internet de la Commission européenne:

http://ec.europa.eu/economy_finance/economic_governance/documents/alert_mechanism_report_2012_en.pdf

drement communautaire en matière de gouvernance économique (semestre européen, pacte pour l'euro plus, procédure concernant les déséquilibres macroéco-

nomiques, programme de stabilité et de croissance, stratégie Europe 2020, etc.). Elle commente régulièrement les initiatives européennes afférentes, tout comme

elle commente, dans ses maintes publications économiques, leur articulation au Grand-Duché de Luxembourg. ■

Lancement de l'enquête «Total Tax Contribution 2012» de PwC Luxembourg

Quelle charge fiscale pour les entreprises luxembourgeoises?



Le montant d'impôts payé par les entreprises luxembourgeoises est un sujet souvent débattu sur la place publique, d'autant plus durant cette période de crise économique.

Faute de transparence sur l'ensemble des prélèvements, les impôts, les taxes et les cotisations versés par les entreprises aux pouvoirs publics sont souvent sous-estimés. Pourtant, en dehors de l'impôt sur le revenu des collectivités, les entreprises contribuent au financement des dépenses publiques par le biais de divers autres impôts.

Quelle est la démarche de cette enquête?

L'enquête «Total Tax Contribution» initiée par PwC Luxembourg, en collaboration avec la Fedil, la CLC et la Chambre de Commerce du Luxembourg, permet de dresser l'inventaire des prélèvements légaux dont les entreprises établies au Luxembourg doivent s'acquitter ou collecter pour le compte

des pouvoirs publics. L'étude met également en évidence le coût administratif lié à la préparation des déclarations fiscales et le temps qui doit être dédié à l'ensemble des formalités administratives liées à la fiscalité luxembourgeoise.

Cette nouvelle édition de l'étude «Total Tax Contribution» fait suite à l'enquête publiée en mai 2011 dont vous pouvez trouver les résultats sur le site <http://www.pwc.lu/en/tax-consulting/tax-contribution.jhtml>. L'édition 2012 porte sur la nature des impôts collectés et payés par les entreprises luxembourgeoises au cours de l'année comptable 2010.

Quels sont les objectifs de l'enquête «Total Tax Contribution»?

Les objectifs principaux de l'enquête sont de démontrer la part non négligeable apportée par les entreprises luxembourgeoises dans le montant total des recettes fiscales et de positionner le Luxembourg à l'échelon international en matière de fiscalité des sociétés.

Les résultats de cette enquête pourront servir de support statistique pour sensibiliser les autorités publiques à la nécessité de continuer à améliorer la compétitivité de la place luxembourgeoise.

Qu'apporte l'enquête «Total Tax Contribution» aux entreprises?

Toute entreprise participant à l'enquête se verra remettre un rapport indi-

viduel résumant la part de ses contributions fiscales, son positionnement parmi les entreprises participantes et, le cas échéant, sa situation au sein de son secteur.

Les résultats individuels peuvent être utilisés comme outil de communication envers les actionnaires, les autorités fiscales ou d'autres acteurs socio-économiques.

Ils peuvent également permettre de réorienter certaines stratégies de planification et d'optimisation en vue de pérenniser la bonne santé de l'entreprise et de conserver les emplois.

Quid de la confidentialité des données?

Les données collectées seront utilisées et publiées de manière anonyme pour éviter toute exploitation d'informations relatives aux données individuelles, à la performance ou aux résultats des participants.

Comment participer à l'enquête?

Si vous souhaitez participer à la prochaine édition de l'enquête «Total Tax Contribution», nous vous invitons à compléter notre enquête en ligne sur le site <http://s.chkmarkt.com/pwcto-taltaxcontribution2012>. L'enquête est entièrement gratuite et sera menée du 1^{er} mars au 30 juin 2012. ■

Si vous avez des questions ou remarques particulières concernant l'étude ou le questionnaire, n'hésitez pas à contacter les spécialistes de PwC Luxembourg:

Wim Piot – Tél.: (+352) 49 48 48-3052 – E-mail: wim.piot@lu.pwc.com

Olivier Buschman – Tél.: (+352) 49 48 48-5163 – E-mail: olivier.buschman@lu.pwc.com

Laetitia Garsou – Tél.: (+352) 49 48 48-3396 – E-mail: laetitia.garsou@lu.pwc.com

Mieux comprendre l'économie avec le nouveau blog du chef économiste de la Chambre de Commerce

Quelle différence existe-t-il entre l'endettement des ménages et l'endettement des Etats? Comment évolue la situation conjoncturelle au Luxembourg? Comment l'Europe a-t-elle pu sombrer dans une crise économique et financière? Voici quelques questions auxquelles Carlo Thelen, chef économiste de la Chambre de Commerce, essaiera d'apporter des éléments de réponse dans le nouveau blog économique qu'il vient de lancer sous **www.carlothelenblog.lu**. Les analyses, réflexions et informations présentées sur cette nouvelle plateforme ne s'adressent pas exclusivement à un public d'experts, mais bien à toute personne s'intéressant aux grandes questions économiques de notre époque.

«A travers ce nouvel outil de communication, je souhaite partager avec le lecteur des informations sur l'économie luxembourgeoise, sur les fondements et mécanismes économiques en général, ainsi que sur l'actualité socio-économique. Je ferai cela dans un langage que j'espère être aussi concis et pertinent que possible, afin que toute personne s'intéressant aux questions économiques puisse y trouver les réponses aux questions qu'il se pose» explique Carlo Thelen, chef éco-

nomiste et membre du comité de direction de la Chambre de Commerce.

La décision de lancer un blog économique a également été animée par la volonté de disposer d'une plateforme d'interaction et de dialogue avec le public. «Nous espérons que les internautes réagiront aux articles publiés et n'hésiteront pas à poser des questions s'ils souhaitent approfondir certains sujets. Avec mon équipe du Département Économique, nous essaierons de répondre au plus vite aux questions et aux réactions que susciteront, je l'espère, les actualités sur le blog», précise Carlo Thelen.

Après le lancement du nouveau site Internet de la Chambre de Commerce fin 2011, le blog du chef économiste vient compléter la gamme d'outils dont dispose la Chambre de Commerce pour optimiser sa politique de communication, même si tous ces outils ne poursuivent pas forcément le même objectif. «Le blog s'inscrit dans une stratégie plus globale que nous avons définie en 2011 en matière de médias sociaux. Le blog devra permettre à notre chef économiste d'établir un contact plus direct avec le public et de répondre quasi immédiatement aux interrogations du public intéressé. Nous espérons que ce nouvel



outil contribuera à animer le débat sur les orientations futures du pays. Au-delà d'une certaine dimension didactique, qui se manifeste par un effort de vulgarisation des sujets traités, il est important de souligner qu'un blog apporte une liberté rédactionnelle pour discuter de thématiques qui n'entrent pas forcément dans l'activité quotidienne d'une Chambre de Commerce», commente Patrick Ernzer, conseiller en communication et chargé des médias sociaux auprès de la Chambre de Commerce. ■

Salon myenergy days 2012

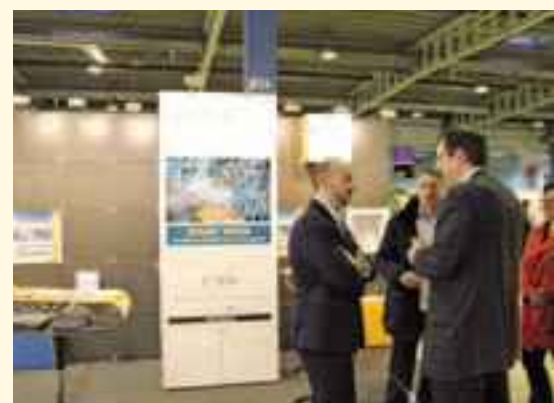
Sensibilisation des professionnels du secteur de l'énergie

La participation de l'ILNAS au salon de la rénovation énergétique, qui s'est déroulé du 2 au 4 mars 2012 à Luxexpo, a permis d'aller à la rencontre des différents acteurs du secteur de l'énergie et de les sensibiliser à l'importance des normes et de la normalisation.

Pour la première fois, l'ILNAS, en tant qu'Organisme luxembourgeois de normalisation, a participé au salon myenergy days dédié à la rénovation énergétique, afin d'informer les profession-

nels, d'une part, de l'importance de l'application des normes dans un secteur en forte évolution et, d'autre part, des avantages à participer à l'élaboration de ces normes. Le message était ainsi clairement défini «Informez-vous et contribuez au développement des futures normes!».

Au cours de ce salon, l'accent a été mis sur les Smart Grids, ou réseaux intelligents, qui utilisent les technologies informatiques et de télécommunications avec l'objectif d'optimiser la pro-



duction et la distribution d'énergie. Ils assurent une mise en relation plus précise de l'offre et la demande entre les producteurs et les consommateurs. Ce choix résulte du comité consultatif tenu par l'ILNAS en janvier 2012 et au cours duquel tous les participants ont suscité un intérêt pour cette thématique.

Par ailleurs, la nouvelle version du rapport de veille normative sur le secteur de l'énergie (ANS/VN02) a été

mise à disposition pour l'occasion sur le stand. Ce rapport répertorie l'ensemble des normes publiées et en cours d'élaboration au niveau européen et international ainsi que les comités techniques impliqués selon cinq sous-secteurs (Management de l'énergie et efficacité énergétique; Combustibles; Power engineering; Energies renouvelables; Smart Grids). A cet égard, des fiches thématiques par sous-secteur

illustraient les éléments clés issus du rapport de veille.

De plus, cet événement a été l'occasion de présenter à un public plus large, sous la forme d'une conférence intitulée «Les normes et la normalisation dans le secteur de l'énergie», la démarche d'analyse normative initiée par l'ILNAS dans ce secteur.

A vos agendas

Pour approfondir ce sujet, une formation intitulée «La normalisation dans le secteur de l'énergie» est prévue le 17 avril 2012 à la Luxembourg School for Commerce.

Inscrivez-vous dès à présent.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter: Agence pour la Normalisation et l'Economie de la Connaissance
Tél.: (+352) 46 97 46-70 – E-mail : anec@ilnas.etat.lu

Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise

Par le biais de cette rubrique «Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise», la Chambre de Commerce souhaite familiariser les lecteurs du *Merkur* à l'évolution des indicateurs macro- et microéconomiques, tout en mettant en évidence le point de vue de ses ressortissants. La première partie de cette rubrique est consacrée aux principaux indicateurs macroéconomiques et aux prévisions qui s'y rattachent pour 2011 et 2012. L'évolution d'indicateurs conjoncturels, sur base mensuelle ou trimestrielle selon la disponibilité des données, est ensuite illustrée graphiquement dans une seconde partie. La troisième et dernière partie donne la parole à un chef d'entreprise qui présente son point de vue concernant l'environnement macroéconomique, en général, et son secteur d'activité, en particulier.

1. Evolution des principaux indicateurs macroéconomiques

Indicateurs	1985-2010	2009	2010	2011	2012
Croissance du PIB à prix constants (% de croissance en volume et montants absolus en millions EUR) ⁽¹⁾	4,8 %	-5,3 %	2,7 %	2,0 %	1,4 %
		32.344,2	33.210,4	33.874,6	34.348,9
Taux de chômage (variation annuelle en %)	2,8 %	5,7 %	6,0 %	6,0 %	6,5 %
Emploi total intérieur (variation annuelle en %)	3,2 %	1,0 %	1,8 %	3,0 %	1,7 %
IPCEN (variation annuelle en %)	2,1 %	0,4 %	2,3 %	3,4 %	2,3 %
Coût salarial nominal moyen (variation annuelle en %)	3,6 %	1,8 %	1,9 %	2,3 %	4,6 %
Capacité/besoin de financement (administration publique, % du PIB)	1,7 %	-0,9 %	-1,1 %	-0,6 %	-1,4 %

Source: STATEC, Note de Conjoncture 3-2011

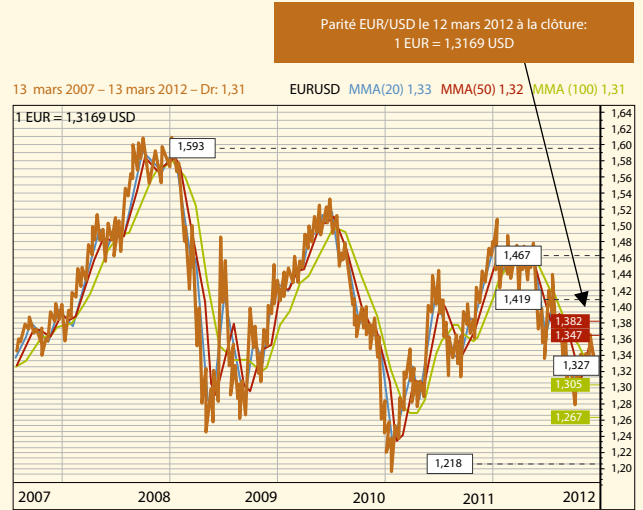
Remarque: Le PIB à prix constants, réel ou en volume est la valeur du PIB en tenant compte des variations des prix, c'est-à-dire de l'inflation. Le PIB réel a l'avantage de montrer les variations à la hausse et à la baisse dans le volume (les quantités) de la production de biens et services. C'est la valeur utilisée lorsque l'on mesure la croissance du PIB. En effet, on ne peut pas savoir uniquement en observant le PIB nominal (en valeur) si la hausse de l'indicateur provient d'une hausse des prix, d'une hausse de la production ou dans quelles proportions ces deux variations se combinent.

2. Repères conjoncturels pour l'économie luxembourgeoise

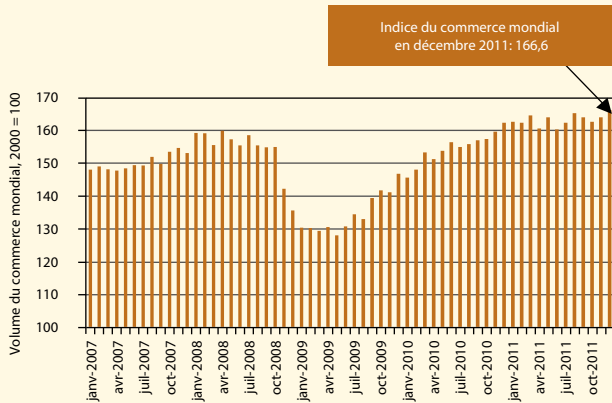
Graphique 1 – Evolution du cours du baril de Brent à Londres



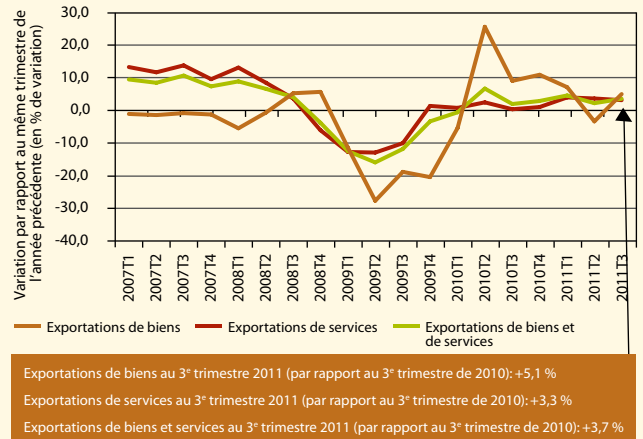
Graphique 2 – Evolution de la parité EUR/US Dollar



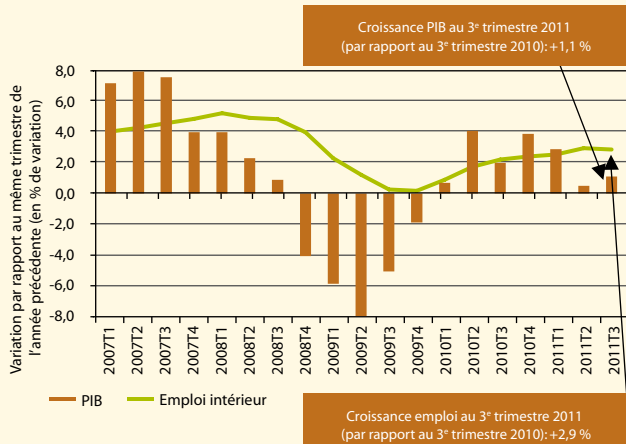
Graphique 3 – Evolution mensuelle du commerce mondial



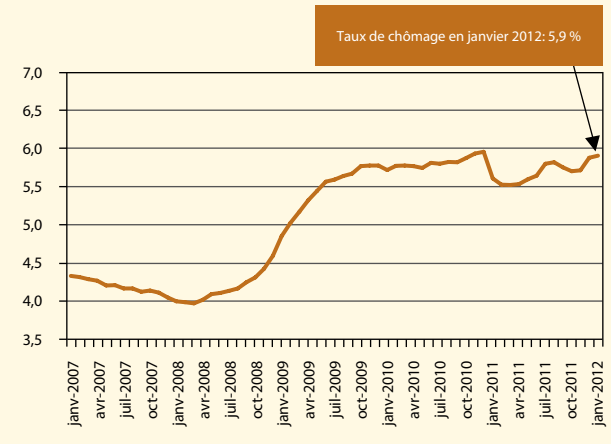
Graphique 4 – Evolution trimestrielle des exportations de biens et de services



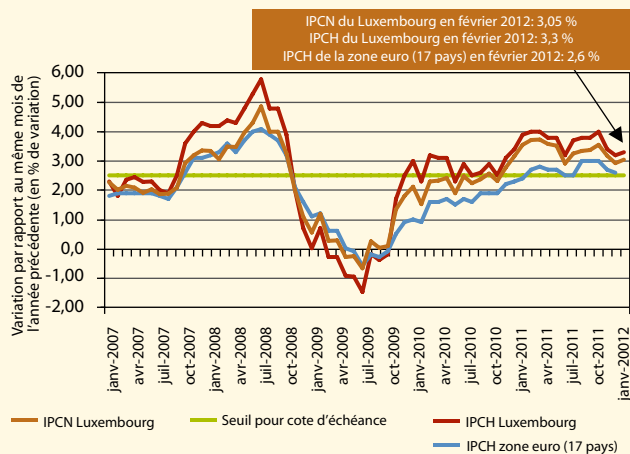
Graphique 5 – Evolution trimestrielle du PIB et de l'emploi intérieur



Graphique 6 – Evolution mensuelle du taux de chômage (strict désaisonnalisé)

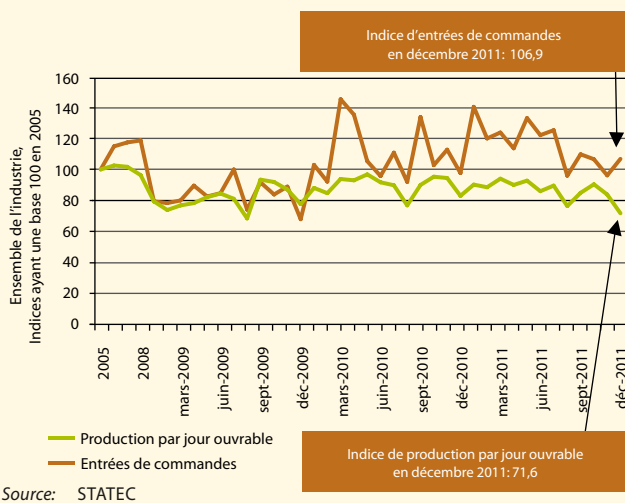


Graphique 7 – Evolution mensuelle de l'indice des prix à la consommation national (IPCN) et de l'indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH)

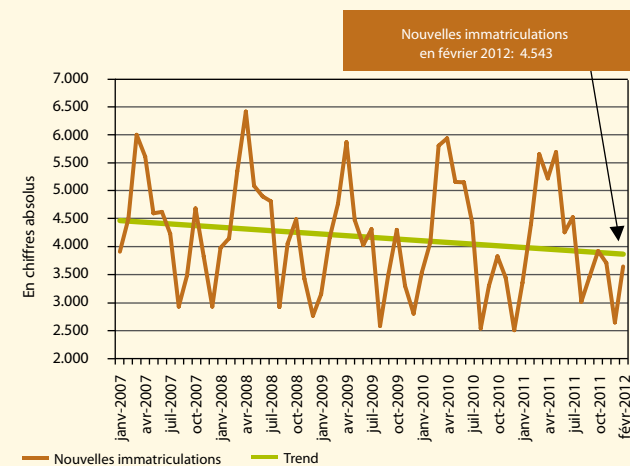


Sources: STATEC, Eurostat

Graphique 8 – Evolution mensuelle de la production industrielle par jour ouvrable et des entrées de commandes

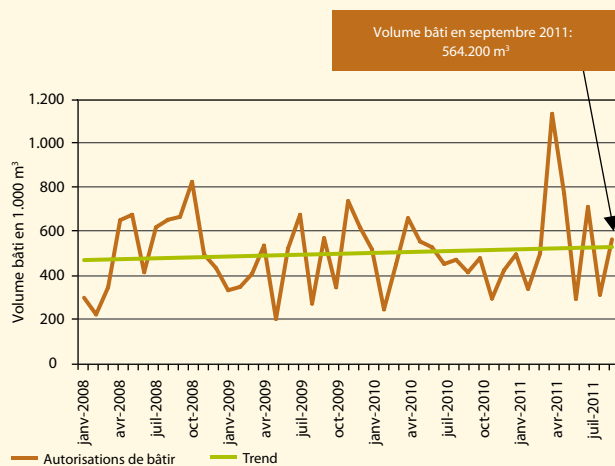


Graphique 9 – Evolution mensuelle des nouvelles immatriculations de voitures particulières et à usage mixte neuves



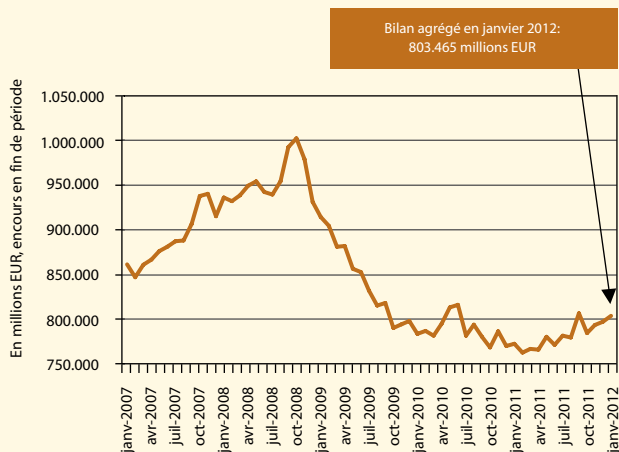
Source: STATEC

Graphique 10 – Evolution mensuelle des autorisations de bâtir



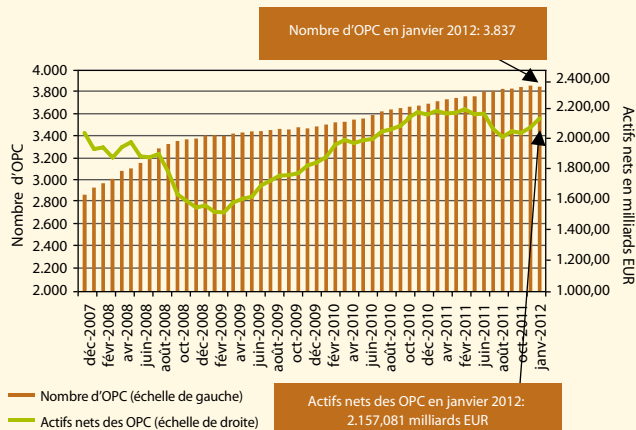
Source: STATEC

Graphique 11 – Evolution mensuelle de la somme bilantaire des établissements de crédit



Source: BCL

Graphique 12 – Evolution mensuelle du nombre d'organismes de placement collectif (OPC) et de leurs actifs nets



Source: CSSF

Parole à un chef d'entreprise: Christian Thiry

■ Focus sur l'appréciation personnelle du chef d'entreprise

Pour chacun des indicateurs, Christian Thiry, administrateur délégué de la société *Karp-Kneip Constructions*, a précisé, sur une échelle allant de 1 (situation totalement insatisfaisante) à 5 (situation excellente), sa perception des performances actuelles des différents indicateurs sous revue ainsi que ses perspectives en termes d'évolution de la situation conjoncturelle.

■ Focus sur le secteur de la construction

De manière générale, l'activité du secteur de la construction au Luxembourg est satisfaisante au regard des carnets de commandes. Cependant, le secteur souffre d'une faiblesse accrue de la rentabilité des entreprises et de marges d'exploitation en baisse. Ceci provient, en partie, de l'envol des coûts salariaux unitaires, ce qui impacte négativement la position concurrentielle des entreprises luxembourgeoises au sein de la Grande Région.

Au niveau local, une situation malsaine existe du fait de la concurrence déloyale exercée par quelques entreprises mal gérées, grandissant trop vite, fragiles au niveau de leur trésorerie. Ceci les pousse à pratiquer du *dumping* des prix, aggravant encore leur rentabilité et entraînant par la suite la faillite et la mise au chômage des salariés.

Pour pallier aux phénomènes de concurrence de la Grande Région, il faudrait adapter l'aménagement du temps de travail, afin d'assurer que la durée de travail annuelle légale soit atteinte indépendamment des conditions climatiques, à l'instar de ce qui se pratique dans nos pays voisins. Ceci est indispensable pour maintenir la compétitivité de ce secteur et pour sauvegarder le niveau d'emploi et salarial au Grand-Duché.

Les adaptations des hausses sur les prix de matériaux devraient être garanties aux entreprises de construction étant donné qu'elles n'ont aucune emprise sur ces augmentations. Pour notre entreprise de production et de mise en œuvre de béton asphaltique, le prix du baril de pétrole impacte directement et fortement le prix final du bitume.

D'autres soucis importants pour le secteur de la construction sont le manque de zones d'activités ou artisanales, ce qui complique l'implantation ou l'extension des entreprises sur le sol luxembourgeois, ainsi que les barrières administratives.

Pour améliorer la pérennité de l'emploi et diminuer le chômage provenant du secteur de la construction, il faudra qu'on s'adapte à une pensée plus transfrontalière (Grande Région), notamment en termes de simplification administrative et d'évolution plus compétitive des coûts de production, dont principalement le coût salarial. ■



Christian Thiry, administrateur délégué de Karp-Kneip Constructions

Indicateurs	Situation actuelle	Prévisions
Croissance du PIB	3	2
Taux de chômage	1	1
Emploi total intérieur	4	2
Inflation	3	2

■ Appréciation de la situation conjoncturelle par Carlo Thelen, chef économiste de la Chambre de Commerce



Selon les dernières prévisions de la Commission européenne, la pause inattendue de la reprise économique à la fin de 2011 devrait se poursuivre durant les deux premiers trimestres de 2012. Le retour de la croissance, à un niveau modeste, est toutefois prévu pour le second semestre de l'année.

La fin de l'année 2011 a été marquée par une large dégradation de l'environnement financier international, en raison notamment de l'aggravation de la crise des dettes souveraines dans la zone euro. Le PIB de la zone euro a subi un recul de 0,3 % au dernier trimestre de 2011, portant à 1,5 % la croissance sur l'ensemble de l'année 2011 (après 1,9 % en 2010). Selon les prévisions de la Commission européenne, le PIB réel devrait reculer de 0,3 % au sein de la zone en 2012. Les incertitudes restent fortes et les évolutions sont inégales d'un pays à l'autre.

La croissance du Luxembourg est estimée, par la Commission européenne, à 1,1 % pour 2011 et 0,7 % pour 2012. Les données relatives au PIB du 4^e trimestre pour le Luxembourg ne seront disponibles que début avril 2012, mais sur la base des données actuellement disponibles, il paraît peu probable que l'économie grand-ducale puisse éviter un recul du PIB sur la fin d'année¹.

L'environnement international actuel n'est pas de nature à stimuler la demande étrangère adressée au Luxembourg. En effet, les **échanges mondiaux** de marchandises n'ont progressé que de 1,0 % en novembre 2011, après un recul de 0,7 % en octobre. De plus, selon les experts du Centraal Planbureau néerlandais, le commerce mondial devrait pâtir dans le courant des mois à venir du ralentissement économique dans les économies avancées en général, et dans celles d'Europe occidentale, destination principale des exportations du Luxembourg, en particulier.

Après une forte dégradation des **opinions des entrepreneurs** enregistrées en septembre et octobre **dans la zone euro**, ces dernières se sont cependant quelque peu redressées en décembre et certains résultats déjà disponibles pour janvier semblent confirmer la tendance. Les indices PMI² donnent un espoir d'amélioration pour le début de 2012, mais ils ne permettent pas d'écarter l'éventualité d'une récession³.

Après une forte dégradation des **opinions des entrepreneurs** enregistrées en septembre et octobre **dans la zone euro**, ces dernières se sont cependant quelque peu redressées en décembre et certains résultats déjà disponibles pour janvier semblent confirmer la tendance. Les indices PMI² donnent un espoir d'amélioration pour le début de 2012, mais ils ne permettent pas d'écarter l'éventualité d'une récession³.

Les **enquêtes d'opinion au Luxembourg** se sont nettement orientées à la baisse au 4^e trimestre, mais les données partielles de chiffre d'affaires (jusqu'en novembre) laissent entrevoir des évolutions très contrastées selon les branches: la tendance semble relativement favorable pour les services aux entreprises, l'Horeca et les services informatiques et plutôt défavorable dans les domaines des transports et du commerce de détail⁴.

Concernant le **secteur bancaire**, les prévisions de la CSSF, concernant les comptes de profits et pertes des établissements de crédit au 31 décembre 2011, montrent une forte diminution du résultat net (-24 % sur un an) sur un arrière-fond opérationnel satisfaisant. La somme des bilans bancaires termine, quant à elle, l'année 2011 sur une progression de 0,7 % en décembre, poursuivant sur la tendance haussière relevée depuis mars 2011. Les actifs nets des OPC luxembourgeois terminent l'année 2011 sur une hausse de quelque 2 % en décembre et augmentent de 2,9 % en janvier 2012.

Le Luxembourg doit, de plus, faire face à une hausse de son **taux de chômage**. En janvier 2012, celui-ci (corrige des variations saisonnières) s'établit à 5,9 %.

¹ Source : STATEC

² Opinions des directeurs d'achats

³ A savoir deux trimestres consécutifs de recul du PIB

⁴ Source : STATEC



Master MIAGE, spécialité Informatique et Innovation



OBJECTIF

Former de manière très pratique des responsables en management de l'innovation à l'aide d'une formation professionnelle à doubles compétences, mêlant politique IT et management stratégique.

PUBLIC

Informaticien, Responsable IT, Gestionnaire et Chef de projet, Ingénieur IT

PROGRAMME

- Gouvernance IT
- Alignement Business et concepts des SI
- Méthodologie de développement IT
- Qualité des SI
- Groupes de travail



2012-2014

Master en Management de la Sécurité des Systèmes d'Information

Contrôler la sécurité de l'information pour renforcer les activités de votre organisation.



OBJECTIF

Apporter à toute personne responsable de la sécurité de l'information, les compétences nouvelles et nécessaires à l'exercice de ce métier.

PUBLIC

RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information), Correspondant de la sécurité de l'information, Informaticien expérimenté, Juriste, Architecte fonctionnel...

PROGRAMME

- Compréhension des organisations et du management
- Cadres réglementaires
- Gestion de la sécurité de l'information
- Aspects techniques
- Aspects humains
- Projet d'innovation (stage et mémoire)



2012-2014

Master en Management de la Qualité



OBJECTIF

Former des managers ou futurs managers à des techniques et des méthodologies centrées sur la qualité de produit et de service.

PUBLIC

Directeur de PME/PMI, Responsable de département ou de service, Responsable ou Chargé de projet, Consultant en management et qualité

PROGRAMME

- Management stratégique de l'activité
- Management de projets innovants et analyse de la valeur
- Relations clients/fournisseurs
- Responsabilité sociale et nouvelles perspectives
- Audit et référentiels normatifs
- Animation-coordination-communication qualité
- Amélioration des processus
- Approche Six Sigma
- Séminaire au Québec
- Projet d'innovation (stage et mémoire)

2012-2014

Ce Master est soutenu par le Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité (MLQ)



Master en Management de la Chaîne Logistique Globale - Supply Chain Management

OBJECTIF

Former des cadres et futurs cadres au management d'une équipe logistique et aux concepts, méthodes et outils liés à l'organisation et à l'optimisation d'une chaîne logistique globale.

PUBLIC

Responsable de département ou de service, Ingénieur ou Chargé de projet, Consultant en management, organisation et/ou logistique.

PROGRAMME

- Management stratégique
- Relations clients/fournisseurs
- Fondamentaux de la Supply Chain
- Technologies de l'information pour la Supply Chain
- Audit et performance
- Management de projets
- Plate-formes logistiques et circuits de distribution
- Nouvelles approches du Supply Chain Management
- Projet d'innovation (stage et mémoire)



2012-2014

Ce Master est soutenu par la Luxembourg School for Commerce (LSC)



PORTES OUVERTES MASTERS : 25 avril 2012

Contact et inscriptions : CRP Henri Tudor | 29, avenue John F. Kennedy | L-1855 Luxembourg-Kirchberg
Tél. : +352 42 59 91 - 300 | Fax : +352 42 59 91 - 777 | formation.master@tudor.lu | www.tudor.lu/master

Logistique: le Luxembourg a une carte à jouer



Alain Krecké, Senior Cluster Manager du Cluster for Logistics Luxembourg

La publication des chiffres officiels de 2011 confirme la tendance de fond favorable au secteur de la logistique. Ainsi le port de Rotterdam, premier port d'Europe, vient de publier ses chiffres relatifs au tonnage transité par ses quais, et affiche un plus de 1 % à 434,6 millions de tonnes. Le segment des conteneurs maritimes a, quant à lui, connu une augmentation de 6 % dont environ deux tiers ont uniquement transité par le port vers le destinataire final ou un port intérieur.

Luxembourg: Hinterland port* de la Mer du Nord

Seul un acheminement rapide des conteneurs vers les Hinterland ports à l'intérieur des terres permettra de désengorger les ports et optimiser ainsi leurs capacités de chargement et de déchargement. Cette tendance devrait s'accroître notamment au port de Rotterdam avec la construction de l'extension du port, Maasvlakte II. En effet, des contraintes environnementales obligeront les opérateurs à expédier deux tiers des conteneurs par train ou par barge fluviale vers ces ports intérieurs. Ces centres logistiques multimodaux ont de belles perspectives de développement devant eux, à condition de bénéficier de conditions d'exploitation techniques et financières compétitives. L'extension du terminal multimodal de Bettembourg s'inscrit pleinement dans cette dynamique du marché et l'emplacement géographique idéal du Luxembourg sur les corridors Nord-Sud lui permettra inmanquablement de jouer un rôle important dans la logistique de ces flux de marchandises.

D'une manière générale, il faudra reconsidérer les modèles d'utilisation du transport multimodal actuel, afin d'offrir des services logistiques adaptés à la demande croissante. La clé de succès des opérateurs des terminaux sera certainement l'innovation dans les techniques mul-

timodales (voir Lorryrail) et l'optimisation des trafics entre les terminaux avec un service feeder assuré par la route. C'est dans cette optique qu'il faut voir cette nouvelle initiative de la commission européenne relative à l'adaptation des dimensions des poids lourds et notamment, celles des *Gigaliner**. L'utilisation de ces camions permettrait, notamment dans des services *feeder** des terminaux multimodaux, de réduire d'un tiers le nombre de camions requis, chaque camion emportant l'équivalent d'un *TEU** supplémentaire par rapport aux véhicules actuels.

Luxembourg: Centre de distribution européen

Dans le domaine aérien, un regroupement de compétences s'est concrétisé par le rachat de la société de services en télécommunication Traxon par Champ, dont Cargolux est un des principaux actionnaires. Ce rachat s'effectue juste au moment où, dans un contexte de contrôle renforcé de la sécurité en matière de transport aérien, le transfert de données par voie électronique devient primordial dans le cadre du développement de centres de distributions européens de marchandises d'origine non européennes. Ainsi, afin d'accélérer les flux de distribution finale, les opérateurs logistiques et les autorités douanières exigent des informations détaillées des marchandises plusieurs heures avant leur arrivée dans les aéroports. *L'E-freight** est en pleine croissance et devrait continuer à se développer, poussé par la croissance continue du e-commerce et l'obligation des centres de distribution de livrer les clients finaux de plus en plus vite. C'est dans ce contexte qu'il faut placer l'initiative des Douanes luxembourgeoises de développer le système Single Window for Logistics (SWL) permettant à terme aux opérateurs logistiques de transférer les informations sur une plateforme commune à la douane et aux différentes administrations liées à la chaîne logistique. Le partage de ces informations permettra au Luxembourg d'accélérer les procédures administratives et de réduire les saisies répétitives. Cet argument de compétitivité devrait être attrayant pour le développement du Luxembourg en tant que centre de distribution et hub logistique européen.

Malgré un début d'année en retrait au niveau économique mondial, le marché de la logistique va poursuivre son évolution et exigera des opérateurs logistiques de s'adapter en permanence aux nouvelles conditions du marché et de rechercher de nouveaux avantages compétitifs. Assurément, cette année 2012 demandera aux opérateurs de se positionner de manière compétitive sur leurs marchés, et de continuer à innover leurs services et processus opérationnels, afin de capter de nouveaux clients locaux, européens et mondiaux. ■

GLOSSAIRE:

Hinterland Port: L'hinterland est l'arrière-pays continental d'un port. Le hinterland port reçoit du ou expédie les marchandises vers les ports maritimes

Gigaliner: un gigaliner, aussi appelé méga-camion, ou encore Eco combi, est un ensemble routier motorisé par un camion qui fait entre 18,75 mètres et 25,25 mètres de long, et dont le poids peut aller jusqu'à 60 tonnes. Actuellement autorisés dans plusieurs pays de l'Union européenne et courants en Amérique du Nord ou en Australie

Feeder: transports amont et aval

TEU: de l'anglais: Twenty-foot Equivalent Unit, équivalent à vingt pieds ou EVP

e-freight: envoi des marchandises sans documents

Logistics Business Forum: 17 avril 2012

Tous ces sujets figureront à l'ordre du jour du Logistics Business Forum, organisé par le Cluster for Logistics Luxembourg, en collaboration avec le Cluster maritime luxembourgeois en date du 17 avril 2012 à la Chambre de Commerce. Cet événement sera rehaussé par la présence d'Etienne Schneider, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur et Claude Wiseler, ministre du développement durable et des infrastructures. Il aura pour vocation d'être un véritable lieu d'échanges entre opérateurs logistiques, chargeurs industriels et administrations et sera ponctué de conférences. Une large place sera dédiée au networking pour permettre aux participants d'échanger leurs vues sur le renforcement de la compétitivité et de la notoriété du Luxembourg dans le monde de la logistique.

Contact: Alain.krecke@clusterforlogistics.lu

Luxembourg : when location matters



Global logistics. Tailor-made solutions.



www.clusterforlogistics.lu



www.cluster-maritime.lu

Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce

Nous reproduisons en annexe les projets de loi et les projets de règlements grand-ducaux dont la Chambre de Commerce a été saisie pour avis. Une copie intégrale des projets sous rubrique peut être obtenue sur simple demande auprès de la Chambre de Commerce, tél.: (+352) 42 39 39-354/332 et peut être téléchargée sur le site www.cc.lu (rubrique «Avis»).

■ Ministère de l'Intérieur et de la Grande Région

Projet de règlement grand-ducal portant modification du règlement grand-ducal modifié du 6 décembre 1989 concernant le congé politique des bourgmestres, échevins et conseillers communaux. (3936SBE)

■ Ministère du Développement durable et des Infrastructures – Département des Transports

Projet de loi concernant les équipements sous pression transportables.

Projet de règlement grand-ducal abrogeant le règlement grand-ducal du 12 octobre 2001 concernant les équipements sous pression transportables. (3937JRO)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 26 août 1993 relatif aux avertissements taxés, aux consignations pour contrevenants non résidents ainsi qu'aux mesures d'exécution de la législation en matière de mise en fourrière des véhicules et en matière de permis à points. (3942AAN)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié de 8 août 2000 déterminant le contenu de l'instruction préparatoire aux examens du permis de conduire ainsi que l'exercice de la profession d'instructeur de candidats-conducteurs. (3943AAN/

Projet de loi modifiant

- la loi modifiée du 14 février 1955 concernant la réglementation de la circulation sur toutes les voies publiques;
- la loi modifiée du 6 mars 1965 concernant les taxes à percevoir sur les demandes en obtention des documents prescrits pour la mise en circulation et la conduite de véhicules. (3946AAN)

Projet de règlement grand-ducal modifiant

- l'arrêté grand-ducal modifié du 23 novembre 1955 portant règlement de la circulation sur toutes les voies publiques et
- le règlement grand-ducal modifié du 26 août 1996 relatif aux avertissements taxés, aux consignations pour contrevenants non résidents ainsi qu'aux mesures d'exécution de la législation en matière de mise en fourrière des véhicules et en matière de permis à points. (3950JRO)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 3 février 1998 portant exécution de Directives de l'Union européenne relatives à la réception des véhicules à moteur et de leurs remorques ainsi que des tracteurs agricoles et forestiers à roues. (3953AAN)

■ Ministère de la Santé

Avant-projet de règlement grand-ducal portant modification de la Liste A de l'Annexe II du règlement grand-ducal du 24 juillet 2001 relatif aux dispositifs médicaux de diagnostic in vitro. (3938AAN)

■ Ministère du Développement durable et des Infrastructures – Département de l'Environnement

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 29 avril 2011 portant application de la directive 2008/50/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2008 concernant la qualité de l'air ambiant et un air pur pour l'Europe. (3939AAN)

■ Ministère de la Famille et de l'Intégration

Avant-projet de règlement grand-ducal fixant les conditions et les modalités d'octroi d'une aide sociale aux demandeurs de protection internationale. (3940ZCH)

■ Ministère de la Sécurité sociale

Projet de loi portant réforme de l'assurance pension et modifiant:

- le Code de la sécurité sociale;
- la loi modifiée du 3 août 1998 instituant des régimes de pension spéciaux pour les fonctionnaires de l'Etat et des communes ainsi que pour les agents de la Société nationale des Chemins de Fer luxembourgeois;
- le Code du travail. (3941WMMR/ZCH)

■ Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur

Projet de règlement grand-ducal abrogeant

- le règlement grand-ducal modifié du 21 mai 1999 relatif aux dénominations textiles;
- le règlement grand-ducal modifié du 1^{er} août 2001 relatif à certaines méthodes d'analyse quantitative de mélange de fibres textiles. (3944AAN)

Projet de règlement grand-ducal portant modification des articles R.224-1.; R. 224-2. et R. 224-3. de la partie réglementaire du Code de la consommation et abrogeant

- le règlement grand-ducal du 7 septembre 2001 relatif à l'indication des prix des produits et des services;
- le règlement grand-ducal du 29 juillet 2004 relatif à l'indication des prix des produits et des services. (3945BJO)

Projet de règlement grand-ducal portant modification du règlement grand-ducal modifié du 8 septembre 1997 transposant la directive 94/57/CE du Conseil établissant des règles et normes communes concernant les organismes habilités à effectuer l'inspection et la visite des navires et les activités pertinentes des administrations maritimes. (3947JRO)

Projet de règlement grand-ducal concernant le respect des obligations de l'Etat du pavillon et retrait du projet de loi sur la sécurité maritime. (3948JRO)

■ Ministère du Travail et de l'Emploi

Projet de règlement grand-ducal fixant les conditions et modalités des aides et primes de promotion de l'apprentissage. (3949TRO)

Projet de loi portant modification de l'article L.521-3 du Code du travail. (3952SBE)

■ Ministère des Affaires étrangères et de l'Immigration

Projet de loi portant modification:

- du Code du travail;
- du Code pénal;
- de la loi modifiée du 27 juillet 1993 ayant pour objet 1. le développement et la diversification économiques, 2. l'amélioration de la structure générale et de l'équilibre régional de l'économie;
- de la loi modifiée du 30 juin 2004 portant création d'un cadre général des régimes d'aides en faveur du secteur des classes moyennes;
- de la loi du 15 juillet 2008 relative au développement économique régional;
- de la loi modifiée du 29 août 2008 sur la libre circulation des personnes et l'immigration;

- 7) de la loi du 5 juin 2009 relative à la promotion de la recherche, du développement et de l'innovation;
- 8) de la loi du 18 mars 2010 relative à un régime d'aides à la protection de l'environnement et l'utilisation rationnelle des ressources naturelles. (3951SBE/WMR)

■ Ministère des Finances

Projet de loi portant transposition de la directive 2010/78/UE du Parlement européen et du Conseil du 24 novembre 2010 modifiant les directives 98/26/CE, 2002/87/CE, 2003/6/CE, 2003/41/CE, 2003/71/CE; 2004/39/CE, 200/109/CE, 2005/60/CE, 2006/48/CE, 2006/49/CE et 2009/65/CE en ce qui concerne les compétences de l'Autorité européenne de surveillance (Autorité bancaire européenne), l'Autorité européenne de surveillance (Autorité européenne des assurances et des pensions professionnelles) et l'Autorité européenne de surveillance (Autorité européenne des marchés financiers) et modifiant:

1. la loi du 6 décembre 1991 sur le secteur des assurances;
2. la loi du 5 avril 1993 relative au secteur financier;
3. la loi du 23 décembre 1998 portant création d'une commission de surveillance du secteur financier;
4. la loi du 22 mars 2004 relative à la titrisation;
5. la loi du 15 juin 2004 relative à la société d'investissement en capital à risque;

6. la loi du 10 juillet 2005 relative aux prospectus pour valeurs mobilières;
7. la loi du 13 juillet 2005 relative aux institutions de retraite professionnelle sous forme de sepcav et assep;
8. la loi du 9 mai 2006 relative aux abus de marché;
9. la loi du 13 février 2007 relative aux fonds d'investissement spécialisés;
10. la loi du 13 juillet 2007 relative aux marchés d'instruments financiers;
11. la loi du 11 janvier 2008 relative aux obligations de transparence sur les émetteurs de valeurs mobilières;
12. la loi du 10 novembre 2009 relative aux services de paiement;
13. la loi du 17 décembre 2010 concernant les organismes de placement collectif. (3954ZCH)

Projet de loi portant modification de:

- la loi modifiée du 6 décembre 1991 sur le secteur des assurances;
- la loi modifiée du 12 novembre 2004 relative à la lutte contre le blanchiment et contre le financement du terrorisme. (3955ZCH)

SIGI – ministère de la Famille et de l'Intégration

Un projet simplifié de gestion administrative pour les crèches et maisons relais au Luxembourg

Le Syndicat Intercommunal de Gestion Informatique (SIGI), avec le ministère de la Famille et de l'Intégration, proposent un nouveau «Programme de Gestion Intégré» simplifié, dédié spécifiquement à la gestion intégrée des crèches et des maisons relais.

Cette extension à GESCOM (PGI) développée par le SIGI, est un module créé et pensé pour les structures d'accueils, crèches et maisons relais, adhérant au dispositif Chèque-Service-Accueil. Il assiste les responsables d'établissements dans la gestion générale de leur structure d'accueil, la gestion des enfants, des présences et de la facturation. Le programme d'assistance facilite, entre autres, par exemple, la récolte et l'encodage des heures et repas, tout en améliorant la fiabilité de l'information collectée. L'application est flexible car entièrement paramétrable ce qui permet au programme de s'adapter au plus près de l'organisation réelle de la structure d'accueil. Elle est également intuitive car le programme a été conçu et

structuré pour qu'il soit utilisable de manière simple par tous, sans besoins de notions approfondies en informatique.

«Cette nouvelle application du Programme de Gestion Intégré répond aux besoins de tous les types de structures

d'accueils et optimise de manière concrète la gestion de ces dernières», explique Sébastien Collot, responsable du projet Chèque-Service Accueil auprès du SIGI.

«Le PGI permettra aux structures d'accueil d'opérer de manière plus simple



et effective au service des parents. Le travail de saisie des présences et de facturation se voit aussi bien simplifié que personnalisé. Grâce à cette nouveauté, le système CSA est prêt pour une future gestion simplifiée des structures d'accueil. En résumé, un grand pas en avant pour la simplification administrative», communique Nico Meisch, Premier conseil-

ler de Gouvernement auprès du ministère de la Famille et de l'Intégration.

Le lancement du projet simplifié du PGI est un autre exemple pratique

s'inscrivant dans l'idée de simplification administrative. ■

Pour plus d'informations: www.sigi.lu; www.cheque-service.lu

Ernst & Young

L'International Estate and Inheritance Tax Guide 2012 vient de paraître



Le guide fiscal International Estate and Inheritance Tax Guide 2012 d'Ernst & Young, publié par les professionnels du département Services Fiscaux aux Particuliers du monde entier est paru.

Le réseau de professionnels de ce département s'adresse aux clients fortunés, entrepreneurs et hauts dirigeants/VIPs, ainsi qu'à leurs prestataires de banque privée, assurance et «family office».

Au regard du paysage fiscal mondial en mutation continue, dans un environnement économique actuel difficile, la préservation du patrimoine au travers de solutions de protection du patrimoine et d'optimisation fiscale, pour des clients au profil d'affaires transfrontalier complexe, apparaît d'une importance capitale. ■

Cette nouvelle publication peut être téléchargée à l'adresse suivante:
[www.ey.com/Publication/vwLUAssets/International_Estate_and_Inheritance_Tax_Guide/\\$FILE/International_Estate_and_Inheritance_Tax_Guide.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/International_Estate_and_Inheritance_Tax_Guide/$FILE/International_Estate_and_Inheritance_Tax_Guide.pdf)

Production de vin

Une simplification administrative pour les vignerons luxembourgeois



Dans le passé, les producteurs de vins tranquilles luxembourgeois devaient remettre deux

déclarations annuelles, renseignant sur leur production annuelle: l'une adressée à l'Administration des Douanes et Accises dans le cadre du régime des produits soumis au contrôle accisien et l'autre adressée à l'Institut Viti-Vinicole dans le cadre du recensement viticole.

A l'égard des produits soumis au contrôle accisien, chaque vigneron est obligé de mettre ses produits en consommation au moment où ils quittent son entrepôt fiscal, aux fins de payer les accises dues. Même si le

taux d'accise pour les vins tranquilles est actuellement de 0,00 EUR, une déclaration de mise à la consommation est de rigueur. Si de 1993 à 1998 chaque vigneron était obligé à passer individuellement auprès du bureau des douanes et accises compétent pour faire les mises à la consommation des produits finis, c'est depuis 1999 que l'Administration des Douanes et Accises s'est offerte pour faire cette mise à la consommation par une déclaration globale sur base des infor-

mations fournies par les vignerons. Cette pratique constitue déjà depuis plus d'une décennie une simplification administrative.

L'Institut Viti-Vinicole de son côté est obligé par la réglementation communautaire de fournir à la Commission européenne les données statistiques provenant du recensement viticole. Ces statistiques sont également publiées annuellement dans son rapport d'activité.

Sur proposition du Département de la Simplification administrative du ministère d'Etat et en vue d'une simplification administrative en faveur des vignerons, l'Administration des Douanes et Accises et l'Institut Viti-Vinicole ont décidé de procéder à partir de cette année-ci à un échange de données inter-administratif. L'Institut Viti-Vinicole fournira à l'Administration des Douanes et Accises les données sur le volume global de vin tranquille produit sans pour

autant pouvoir divulguer des données individuelles.

Cet échange de données inter-administratif évitera aux vignerons de déclarer deux fois les mêmes données concernant leur production de vins tranquilles à deux administrations différentes. Dorénavant, ils n'auront plus qu'à faire une seule déclaration qui sera à remettre à l'Institut Viti-Vinicole. Ce dernier fournira le chiffre sur la quantité totale produite par année en vin tranquille à l'Administration des Douanes et Accises lors de la publication de son propre rapport d'activité. Il convient cependant de noter que cet échange de données inter-administratif ne sera possible qu'aussi longtemps que le taux d'accise restera à 0,00 EUR. Cette simplification administrative ne touche pas aux contrôles accisiens prévus par la législation et concernant la production de vins mousseux. ■



Pensions complémentaires

Renseignements à fournir par les entreprises

Le 19 janvier dernier a été publié le règlement grand-ducal du 11 janvier 2012 établissant le relevé des renseignements à fournir par les entreprises en matière de régimes complémentaires de pension.

Ce règlement grand-ducal a été pris en exécution de l'article 30 (3) de la loi modifiée du 8 juin 1999 relative aux régimes complémentaires de pension, dont l'objectif primaire est la protec-

tion des affiliés par l'exigence de la part des entreprises de documenter leurs promesses de pension. A cette fin, l'IGSS a été habilitée à recenser les renseignements nécessaires auprès des entreprises concernées et d'en établir un relevé.

Elaboré suite à une demande du secteur concerné et du Département de la simplification administrative, le règlement grand-ducal sous rubrique définit clairement sous forme de tableaux,

quelles informations les entreprises doivent fournir sous forme électronique pour quel cas de figure, en distinguant ainsi entre les informations générales et les informations spécifiques pouvant varier selon les cas.

Le règlement grand-ducal du 11 janvier 2012 s'inscrit ainsi dans une politique du «mieux légiférer» par le respect des critères de transparence et de lisibilité. ■

Charges administratives

L'Europe peut mieux faire

Le président Barroso se félicite du rapport recensant les meilleures pratiques en matière de réduction des charges administratives et invite les Etats membres à apprendre les uns des autres. Manuel Barroso, président de la Commission européenne, a reçu, le 21 février 2012, Edmund Stoiber, président du groupe de haut niveau de parties prenantes indépendantes sur les charges administratives,

qui a remis le rapport intitulé «L'Europe peut mieux faire», dans lequel le groupe de haut niveau a recensé les meilleures pratiques nationales visant à la mise en œuvre la moins lourde possible de la législation de l'Union européenne (UE). La Commission européenne a commandé, en août 2010, ce rapport sur les meilleures pratiques, lequel recense 74 exemples de meilleures pratiques, dont des initiatives en faveur de l'ad-

ministration en ligne ou concernant des solutions intelligentes, en particulier pour les petites entreprises, la participation directe des parties prenantes, des orientations utiles ainsi que des initiatives transfrontalières.

Il en ressort que la marge d'amélioration de la mise en œuvre de la législation de l'UE est considérable. Comme près d'un tiers du poids administratif pesant sur les entreprises et découlant

de la législation de l'UE est dû à une mise en œuvre inefficace des dispositions de l'UE par les Etats membres, il est crucial de réduire ces lourdeurs dans

la mise en œuvre afin de faciliter la vie des entreprises et de stimuler l'économie européenne et sa compétitivité. Le rapport contient également une «check

list» accompagnée de recommandations et invite les lecteurs à faire part de leurs observations. ■

Pour en savoir plus: www.europa.eu

Pour envoyer ses observations sur le rapport: SG-HLG-AB@ec.europa.eu

Entreprises et PME

2,5 milliards d'euros pour stimuler la compétitivité de 2014 à 2020

Promouvoir l'accès au financement et encourager l'esprit d'entreprise, y compris la création de nouvelles entreprises, sont les aspects fondamentaux du nouveau programme de soutien financier présenté aujourd'hui à Bruxelles par la Commission européenne. Avec un budget de 2,5 milliards d'euros pour la période 2014-2020, le programme

pour la compétitivité des entreprises et les PME (COSME) est un instrument de financement qui assure, dans une large mesure, la continuité des actions relevant du programme actuel pour la compétitivité et l'innovation (CIP).

Le nouveau programme cible en particulier: 1) les entrepreneurs, notamment les PME, qui bénéficieront d'un accès plus facile au financement pour

leurs activités, 2) les citoyens souhaitant accéder au statut d'indépendant qui font face à des difficultés pour créer ou développer leur propre entreprise, 3) les autorités des États membres, qui seront mieux soutenues dans leurs efforts visant à élaborer et à mettre en œuvre une réforme efficace de leur politique. ■

Pour d'amples renseignements:

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/1476&language=FR>

Guichet.lu

Découvrez l'administration en ligne grâce aux formations

Si vous souhaitez vous familiariser avec les démarches administratives sur Internet, savoir comment remplir votre déclaration d'impôt, connaître toutes les aides au logement pour l'achat, la construction ou la rénovation, ou avoir des informations sur la signature électronique, ins-

crivez-vous dès maintenant au cycle de formation pour l'utilisation du Guichet-citoyens, destiné à familiariser les adultes avec l'administration publique en ligne. Ces cours dans plusieurs lieux à travers le pays.

Parmi les cas pratiques abordés au cours de la formation figurent en pre-

mière ligne les aides au logement et la déclaration d'impôts, en présence de représentants du Service des aides au logement et de l'Administration des contributions directes. ■

Retrouvez plus de détails et toutes les dates de formation sous:

www.guichet.public.lu/fr/citoyens/actualites/2011/11/24-inscription-cours-guichet/index.html

- Networking
- Special purpose committees
 - Seminars
 - Publications

Interested? Join us at
www.amcham.lu



The American Chamber of Commerce in Luxembourg A.S.B.L. (AMCHAM) is an international voluntary organization of business and professional persons committed to fostering business relations between the U.S. and Luxembourg, promoting cross-cultural understanding and enhancing the quality of life of Americans and other expatriates who live and work in the Grand Duchy.

6, rue Antoine de Saint-Exupéry, | L-1432 Luxembourg | Tél. (+352) 43 17 56 | Fax: (+352) 26 09 47 04 | Email: info@amcham.lu
www.amcham.lu

NOUVEAU BLOG

**POUR MIEUX
COMPRENDRE
L'ÉCONOMIE
LUXEMBOURGEOISE**

WWW.CARLOTHELENBLOG.LU

ACTUALITÉS, TENDANCES ET ANALYSES PAR CARLO THELEN,
CHEF ÉCONOMISTE, CHAMBRE DE COMMERCE

UDEL

Un contrat de vente européen en ligne de mire? Une initiative audacieuse



Actuellement, les entreprises et les consommateurs ont affaire, dans le cadre de leurs transactions transfrontières, à des législations nationales différentes. Cela accroît d'autant la complexité et le coût du commerce transfrontière par rapport au commerce national et dissuade les professionnels de vendre des biens et de proposer des services dans d'autres Etats membres. Les occasions manquées de faire du commerce transfrontière se répercutent sur les consommateurs européens, qui voient l'offre de produits réduite et les prix plus élevés du fait de cette concurrence limitée au niveau intracommunautaire.

La Commission européenne entend prendre ce problème à bras le corps. Elle a proposé récemment,

de manière audacieuse, un projet de régime optionnel autonome de droit commun européen de la vente et des services connexes à cette vente, en sus des régimes nationaux existants. Les professionnels devraient pouvoir appliquer ce «28^e régime» de vente à toutes leurs transactions transfrontières réalisées dans l'Union européenne, pour autant que l'autre partie au contrat y consente.

L'UDEL soutient la volonté de la Commission de supprimer les entraves légales pour la vente au sein du marché intérieur, alors qu'il s'agit d'un contrat fondamental pour les échanges transfrontières. Elle considère que cette initiative devrait viser en priorité les contrats entre professionnels et consommateurs. C'est en effet essentiellement dans ce type de relations que se pose le problème de la fragmentation juridique du fait des directives d'harmonisation minimale et de l'application des principes du Règlement Rome I¹.

La directive relative aux droits des consommateurs² adoptée en 2011 constitue certes une avancée intéressante en matière d'harmonisation des législations au niveau B2C («business to consumer»). Elle traite toutefois principalement des contrats à distance et hors établissement et ne concerne pas tous les aspects du contrat, ne permettant de ce fait pas aux professionnels d'établir un seul modèle de convention pour l'ensemble de leurs transactions transfrontières, ce qui est précisément l'objectif du 28^e régime.

La version actuelle du 28^e régime³ comprend près de 200 articles concernant notamment les informations pré-contractuelles, les vices de consente-

ment lors de la conclusion du contrat, les clauses abusives, le droit de rétractation, la livraison, le transfert des risques et la garantie de conformité en matière de contrat de vente et de services connexes à celle-ci.

Si l'UDEL soutient l'idée d'un corps de règles précises destinées à régir la vente de manière autonome au niveau européen, elle s'interroge sur la lisibilité tant pour les professionnels que pour les consommateurs d'un tel instrument. Selon l'UDEL, il serait nécessaire de rédiger un modèle type de contrat de vente conforme au 28^e régime auquel pourraient se référer les professionnels sans avoir besoin d'une assistance juridique importante. L'UDEL estime qu'il convient d'être pragmatique et que l'instrument doit comprendre des règles claires et simples qui protégeront les intérêts tant des professionnels que des consommateurs. Il est indispensable qu'un tel instrument coexiste harmonieusement avec les principes et les usages des droits nationaux des Etats membres, du droit communautaire et du droit international et qu'il apporte une véritable simplification pour les échanges intracommunautaires.

Par ailleurs, le 28^e régime s'appliquera, suivant la proposition de règlement de la Commission, par priorité aux transactions transfrontières, mais les Etats membres auront la faculté d'étendre ce régime aux transactions nationales. Aux yeux de l'UDEL, cette possibilité est très importante pour les Etats membres, et d'autant plus pour ceux de petite taille comme le Luxembourg, dont l'économie est tournée vers l'extérieur. Cela facilitera la tâche des entreprises qui sont actives sur le plan national et communautaire ou qui sou-

¹ Règlement N° 593/2008 du 17 juin 2008 sur la loi applicable aux obligations contractuelles. Suivant l'article 6, le contrat entre un professionnel et un consommateur est régi par la loi du pays où ce dernier a sa résidence habituelle, ou à tout le moins par les dispositions impératives de ce droit, lorsque le professionnel exerce son activité professionnelle dans le pays dans lequel le consommateur a sa résidence habituelle, ou lorsque, par tout moyen, le professionnel dirige cette activité vers ce pays ou vers plusieurs pays, dont celui-ci. Il est difficile et coûteux pour le professionnel qui se trouve dans les hypothèses de l'article 6 de rechercher la législation applicable et d'adapter ses conditions générales à cette législation

² Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil

³ Proposition de règlement COM(2011) 635 relatif à un droit commun européen de la vente

haitent le devenir et qui devront ainsi pouvoir rédiger un seul modèle de conditions générales pour l'ensemble de leurs transactions au sein de l'Union européenne.

L'UEL se prononce dès lors par principe en faveur d'un 28^e régime de

droit commun européen de la vente. L'avenir révélera le sort que le Parlement européen et le Conseil réserveront à cette ambitieuse proposition de règlement de la Commission.

La position de l'UEL concernant le projet de droit commun européen de

la vente est disponible sur le site www.uel.lu sous la rubrique «Prises de position» en date du 17 février 2012.

Communiqué par l'UEL ■

Horesca

Donnons une réelle chance au libre choix

Suite à une réunion qui s'est tenue le 2 mars avec le ministre de la Santé, Mars Di Bartolomeo, les responsables de l'Horesca sont d'avis que les conditions sont réunies pour oser une véritable politique de libre choix en ce qui concerne la cigarette au bistrot.

La récente publication d'un avant-projet de loi instaurant une interdiction de fumer dans les cafés et discothèques a provoqué de nombreuses réactions aussi bien au niveau de la population que des exploitants de débits de boissons, sans oublier les responsables politiques.

Si la population est partagée sur ce thème, on constate une évolution du côté des bistrotiers, de plus en plus d'exploitants se disant prêts à faire un geste en direction des non-fumeurs qui représentent 76 % de la population.

Selon un récent sondage entrepris par l'Horesca auprès des hôteliers de la ville de Luxembourg il s'avère que les trois quarts des établissements d'hébergement proposent déjà des bars exclusivement non-fumeurs. De plus en plus de

nouveaux cafés qui ouvrent s'adressent à une clientèle sans cigarettes. Et de nombreux exploitants n'excluent plus de passer en non-fumeur, soit complètement soit en partie.

Par conséquent l'Horesca pense qu'il serait judicieux de procéder à un état de lieux pour voir combien de débits de boissons sont actuellement non-fumeurs. Une étude du secteur permettrait de mieux évaluer la situation réelle, en fonction de la situation géographique, de la taille de l'établissement et du type de clientèle. L'Horesca est aussi d'avis qu'une campagne de sensibilisation à l'attention des exploitants de cafés et discothèques permettrait de renforcer considérablement la part des établissements non-fumeurs.

Par conséquent, les responsables de l'Horesca lancent un appel au Gouvernement et à tous les responsables politiques pour mettre en place un moratoire d'un an afin de laisser une réelle chance à une politique qui soit moins restrictive.

L'Horesca est d'avis que l'actuel avant-projet de loi ne résout pas les pro-

blèmes. Mettre les fumeurs à la porte ou dans un petit fumoir n'est pas une solution. De nombreux petits bistrots n'auront d'ailleurs pas la possibilité d'instaurer un espace non-fumeur et seront par conséquent voués à disparaître ce qui accentuera encore plus la disparition des petits cafés de village.

Communiqué par l'Horesca ■



WIRTSCHAFTSAUSKÜNFT
FORDERUNGSEINZUG

Unternehmensspezifische
Lösungen für ein
erfolgreiches Risk-
Management

Creditreform Luxembourg SA
Tel. 00 352 263460-1
Fax 00 352 263460-50
e-mail info@creditreform.lu

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX
RECouvreMENT DE CRÉANCES

Solutions spécifiques pour améliorer le
risk-management de votre entreprise

seit/dépuis 1879

Creditreform

Unternehmen Sie nichts ohne uns



Syndicat Intercommunal de Gestion Informatique (SIGI)

De nouveaux membres au comité



Le 28 février 2012, le président Yves Wengler, le directeur Carlo Gambucci et les membres du bureau ont officiellement présenté les délégués communaux qui forment dorénavant le nouveau comité du SIGI. Les derniers membres délégués, les représentants des circonscriptions, ont été votés fin mars.

Un Welcome Package avait été préparé, pour leur permettre de se familiariser avec l'approche stratégique du SIGI.

Les nouveaux membres du comité sont enthousiastes et se montrent confiants à accompagner le SIGI vers la simplification administrative. Cette détermination se faisait d'autant plus

sentir pendant les présentations des produits et services que le syndicat propose aux communes.

Cette première assemblée a bien été accueillie par les nouveaux délégués communaux. Ils sont tous conscients de la responsabilité de l'élu d'accompagner le fonctionnaire dans l'établissement des services au bénéfice des citoyens.

Lors des présentations, l'attention était principalement portée sur GES-COM, le cœur des produits SIGI, le Tableau de Bord Financier, le Plan Pluriannuel Financier, ainsi que sur le portail citoyen macommune.lu avec ses téléservices.

La réunion s'est terminée par un vin d'honneur, pendant lequel les membres du comité pouvaient de façon informelle rencontrer les divers acteurs du SIGI, avec lesquels ils assureront pendant les prochaines années la gestion du syndicat au service des communes et de leurs citoyens. ■

25 Jahre Marketing-Club Trier-Luxemburg

Mehrwert für Marketers auf beiden Seiten der Mosel

Als regionales Kompetenzzentrum bieten wir unseren Mitgliedern mit ihren verschiedenen Branchenhintergründen hochwertiges, praxisorientiertes Fachwissen. Zugleich stellt unser Club eine Plattform für Networking und Informationsaustausch dar. Die wachsende Einbeziehung von Marketers aus Luxemburg ist zugleich Herausforderung und Alleinstellungsmerkmal unseres Clubs.

Merkur: Bitte nennen Sie uns die Hauptaktivitäten des Marketing-Clubs Trier-Luxemburg. Was sind Ihre Ziele?

Marketing-Club Trier-Luxembourg: Zunächst möchten wir uns kurz vorstellen: Mit rd. 160 Mitgliedern ist unser Club, ein eingetragener Verein, eine der

größten transnationalen Branchenvereinigungen in der Großregion. Seit unserer Gründung 1988 gehören wir dem Berufsverband des Marketing-Managements, dem Deutschen Marketing-Verband an, in dem insgesamt 65 regionale Marketing-Clubs mit rd. 14.000 Mitgliedern zusammengeschlossen sind. Unser Leitmotiv: „Die Zukunft gestalten: Marketing als unternehmerischer Erfolgsfaktor“.

Unser wichtigstes „Produkt“ sind unsere monatlichen praxisorientierten Fachvorträge mit anschließender Diskussion und Networking. Ferner bieten wir unseren Mitgliedern die Teilnahme an regionalen und nationalen Veranstaltungen des Deutschen Marketing-Verbands an. Schliesslich organisieren wir – gemeinsam mit der Vereinigung

Trierer Unternehmen und dem Kreis Junger Unternehmer – einmal pro Jahr eine öffentliche Großveranstaltung im Trierer Theater. In diesem Jahr kommt der ehemalige Fußball-Manager, Autor und Gast vieler TV-Talk-Shows Reiner Calmund zu uns. Am 19. April ist sein Thema „Mit Leidenschaft zum Erfolg“.

Wissenschaftlich bereichernd ist unsere enge Verbindung mit der Universität Trier.

Merkur: Wie vermarkten Sie Ihr Veranstaltungsprogramm?

Marketing-Club Trier: Wir spielen, wie es sich für Marketer gehört, die gesamte Klaviatur des Marketings – stets punktgenau, anlassorientiert und zielgruppengerecht. Zu den klassischen Kommunikationsformen gehören Pro-

grammflyer, persönliche Einladungen, Email-Reminder, eine Info-Hotline im Backoffice. Die neuen Medien erlauben besondere Service-Tools für unsere Mitglieder. So stehen im passwortgeschützten Mitgliederbereich unserer Webseite die Informationen der Fachreferenten zum Download zur Verfügung. Ein übersichtliches Mitgliederverzeichnis fördert das Netzwerken.

Merkur: Welche namhafte Unternehmen, insbesondere aus Luxemburg, sind in Ihrem Club vertreten?

Marketing-Club Trier: Der Marketing-Club arbeitet seit 2003 grenzüberschreitend, seit 2008 haben wir diesen Anspruch auch in den Clubnamen übernommen. Inzwischen kommen knapp 20 Prozent unserer Mitglieder aus dem Großherzogtum – Tendenz steigend. So zählen Marketers bzw. Manager u.a. vom Autocenter Goedert, von Delphi Powertrain Systems, IP Luxembourg, Luxair, Luxlait, dem Trifolion Echternach, verschiedenen Finanzdienstleistern sowie der Chambre de Commerce zu unseren Mitgliedern.

Eine besondere Resonanz aus dem Großherzogtum erhalten wir regelmäßig durch die Ausschreibung des Marketing-AWARD Trier-Luxemburg. Mit

diesem Preis zeichnen wir im zweijährigen Rhythmus besondere Marketing-Leistungen aus, die sich nachweislich positiv auf den Erfolg eines Unternehmens ausgewirkt haben. Im Jahr 2009 erhielt mit der Luxair Luxembourg Airlines S.A. erstmals ein Unternehmen aus Luxemburg diese Auszeichnung.

Ein wichtiger Gradmesser für unseren Erfolg sind schließlich auch die Firmen und Einzelpersonen, die sich im Rahmen unseres Jahresprogramms präsentieren. 2012 sind dies u.a. so bekannte Unternehmen wie die Audi AG, dm-drogerie markt, Ferrero International, Japan Tobacco International, Jung von Matt, die SAP AG, die Würth-Gruppe, Johann Lafer sowie der bereits erwähnte Reiner Calmund.

Merkur: Wer kann Mitglied im Marketing-Club werden?

Marketing Club Trier: Mitglied bei uns kann werden, wer führend oder leitend im Marketing tätig ist. Über die Aufnahme entscheidet der Vorstand.

Jeder Interessent ist herzlich eingeladen, sich mit uns in Verbindung zu setzen und unverbindlich als Gast zu einem unserer Clubabende zu kommen. Auf diese Art lernt man die Berufskollegen aus den unterschiedlichen Bran-

chen am besten kennen. Auf unserer Webseite www.mctrier.de finden Sie das Jahresprogramm 2012 und einen Rückblick auf die letzten Veranstaltungen, ferner den Mitgliedsantrag und die entsprechenden Konditionen.

Als Berufsverband sind wir mit den 64 anderen deutschen Clubs auch insoweit verbunden, als alle Mitglieder jederzeit auch die Clubabende der anderen Clubs besuchen können – bei Geschäftsreisen beispielsweise ein nützlicher Mehrwert. Einen besonders intensiven Austausch pflegen wir mit den Partnerclubs in Saarbrücken und Koblenz. Informationen über deren Fachvorträge sowie über die uns von den marketers.lu kommunizierten Veranstaltungen in der Großregion finden Sie auf unserer Webseite.

Neben der fachlichen Weiterbildung sind der Erfahrungs- und Meinungs-austausch am wichtigsten. Gutes Networking bleibt einer der Erfolgsfaktoren im Management.



Marketing Club Trier-Luxemburg (v.l.n.r.): Vorstand Klaus Désor, Geschäftsführerin Hiltrud Zock, Präsident Matthias Schwarz



Clément Thevenet – Vice President Private Banking, EFG Bank Luxembourg S.A.

American Chamber of Commerce in Luxembourg (AMCHAM)

“I didn’t want to disappoint anyone”

In addition to his current role, Thevenet, 37, recently set two records by winning the Antarctic Ice Marathon 2011, running the 42 km track in 3:47’07” and the 100 km race in 12:09’06”. Sponsorship for the races was provided by SGG, EFG Bank and Peters Sports. He has participated in other extreme races, such as the Marathon of the Sands (250 km) and the Eco Trail of Paris (83 km).

Congratulations on your recent wins! In this 7th Ice Marathon in Antarctica, you were the only Frenchman represented. You were also the first athlete to represent Luxembourg. Does this have special significance for you?

Absolutely!

I’ve also been approached more often by the media which has made the races even more special.

Running on ice, just a few hundred kilometers off the South Pole and with a temperature of -18° to -20° C sounds challenging, to say the least. How did you prepare physically for those extreme conditions?

Once a year, I try to do my personal best during a normal marathon. This past year, I had not had the opportunity to do so, so I just tried to run as fast as I could in the Antarctic Ice Marathon.

From a physical standpoint, the training was the same – but I couldn’t escape the parameters of the very special conditions either. I had asked a friend who had run this race in 2010 for advice. For example, would it make sense for me to train by running on a treadmill in an industrial freezer? His answer was no – and I couldn’t find anyone in Luxembourg who was even comfortable enough to allow me to do this!

My clothes were very important too. Nico Peters of Peters Sports has very good knowledge about Nordic skiing. He gave me some lightweight, efficient clothing for the races.

How did your training differ from other races, such as the Marathon of the Sands?

Believe it or not, there are some similarities between running on snow and ice and running on sand. Your footsteps have to be lighter. You have to avoid putting too much pressure on the tips of your toes and sinking into the surface. Shorter steps and staying light are key, but it's complicated. During the race, as the sun grew more intense, the ground became smoother. I was thinking I could speed up for the end of the race, but in fact I couldn't because the terrain was quite difficult to negotiate.

How did you balance your career and training?

I had to train about six times per week, running mainly after work (sometimes quite late) with a longer run each Sunday. The main issue was when I was on business trips: it is not always so easy to run if you have to catch a train or a plane. I just tried to do my best.

You were a spokesperson for "Vaincre la mucoviscidose" (Defeat Cystic Fibrosis). Could you explain why you selected this charity?

In the autumn of 2009, I was running my second New York Marathon and ran into some guys who were wearing T-shirts for the Marathon of the Sands, one of the most well-known and difficult tracks in the world. I began speaking to one of the men who said he would be running in spring 2010 and could help me get in. During the Marathon of the Sands, we ran together for this charity and, since then, I've met members of the organ-

ization and children who have cystic fibrosis. I want to run for this charity whenever possible, especially for races where the track is a bit out of the ordinary. It also helps the organization receive more media support.

You received sponsorship from SGG for your races. In your opinion, as both a professional athlete and as a business leader, how do companies benefit from supporting athletes in events like this?

In September 2010, a friend told me about the Antarctic Ice Marathon. I immediately knew I wanted to join him and take part in this fantastic experience, but the registration fee was quite high. I asked myself where I might be able to get support, and I thought to reach out to Serge Kranenblum, CEO of SGG. I just sent him an email explaining a bit about the race and that SGG could have a presence on Antarctica – and I was happy that Serge was so enthusiastic and accepted, without any conditions. This race fit perfectly with the spirit of the company.

My management at EFG Bank was supportive and decided to sponsor me as well. Peters Sports, with which my triathlon club has a partnership, also gave me all my technical clothing. There is always pressure when you are running; however, knowing these three sponsors were supporting me brought me additional personal pressure. Their logos were on my clothes, and I didn't want to disappoint anyone. This sort of unconditional support has been truly amazing.

What is the most rewarding aspect of completing such a challenge?

Antarctica itself was quite an experience. Few people know what it looks like, and most people there are adventurers, athletes, scientists. No one gets



to Antarctica by chance. I've also never met such success before – it's amazing how much you can rely on mental strength.

*Interview by
Natalie Gerhardstein, AMCHAM
Photos: Richard Donovan
(Antarctic Ice Marathon),
Robert Prendergast*

**Interested in joining AMCHAM?
Visit www.amcham.lu or call (+352) 43 17 56**

EN BREF



Bar à vin
10 ans déjà

Après avoir remporté plusieurs concours de meilleur sommelier au Luxembourg, en France et en Europe et s'être enrichi de diverses expériences auprès de grands noms étoilés de la gastronomie française, Pascal Magro s'installe au Luxembourg en 1993 pour exercer son métier de sommelier. Il ouvre son Bar à vin en 2002 avec trois associés et partage depuis le meilleur de sa cave à vin. La vente représente 60 % de l'activité. Avec quelque 200 références de vins – essentiellement français, luxembourgeois, espagnols et italiens – et plus de 400 clients qu'il conseille dans leurs achats de vins et spiritueux, Pascal Magro fête les 10 ans du Bar à vin, avec toujours autant de passion. Situé au centre-ville, le Bar à vin propose un service dégustation avec l'ardoise du jour et la sélection d'un vin servi au verre. Le soir, le Bar à vin ferme ses portes à la vente et devient un lieu exclusif pour des soirées privées. Pour en savoir plus: www.baravin.lu.



ArcelorMittal
Nouveau acier résistant à la corrosion

ArcelorMittal a développé une nouvelle nuance d'acier à faible corrosion pour les palplanches qui révolutionne la conception des structures portuaires en permettant aux ingénieurs de bureaux d'études et des autorités portuaires de construire des parois de quai, digues et jetées plus résistantes. Cette réalisation est le fruit d'une collaboration entre le centre de R&D d'Esch-sur-Alzette, l'aciérie de Differdange, le laminoir de Belval et Commercial RPS (rails, pieux, sections spéciales) ainsi que les usines de Brême et Duisbourg en Allemagne. L'avantage clé de ce produit, appelé AMLoCor™, réside dans la réduction significative de la vitesse de corrosion dans l'eau de mer, particulièrement en zones des basses eaux et d'immersion permanente. Des essais effectués dans des ports européens et en laboratoire ont mis en évidence la réduction de la corrosion d'un facteur de trois à cinq, comparé à un acier de construction standard. Cette nouvelle nuance d'acier permet ainsi aux ingénieurs de concevoir des structures encore plus efficaces d'un point de vue économique, ayant une durée de vie d'au moins 50 ans sans protection de surface supplémentaire.



Enovos
5.000 EUR pour un projet d'UNICEF

En tant que partenaire d'«UNICEF-Luxembourg», le fournisseur d'énergie Enovos a remis un chèque de 5.000 EUR à l'organisation consacrée à l'enfance. Cette collecte d'argent a pu se réaliser à l'occasion de son action de Noël, où Enovos a fait un don pour chaque carte de vœux envoyée par un de ses employés ainsi que grâce à d'autres activités et jeux organisés par Enovos lors de sa présence à des manifestations de sponsoring. Enovos apporte ainsi son soutien au projet «Stopp't d'Beschneidung vu Meedercher!» (Arrêtez la mutilation génitale féminine!) qui vise à sensibiliser le public sur la thématique délicate qu'est l'excision féminine, afin d'abolir cette pratique cruelle dans le monde entier. Environ 130 millions de femmes et filles dans le monde sont excisées et trois millions de filles subissent chaque année le même sort. Plus d'informations sous www.unicef.lu/fgm.



LuxairTours
La qualité certifiée

Dans le cadre de la «Foire Vakanz», le tour-opérateur LuxairTours s'est vu attribuer le certificat selon la norme de qualité ISO 9001:2008 par l'ES-CEM (European Society for Certification of Management systems). Cette certification a été accordée suite à l'introduction réussie d'un système de «quality management». La politique de qualité poursuivie par LuxairTours vise l'amélioration constante des différents processus de travail avec une intégration active des colla-

Communication et marketing

Cactus et Yellow.lu
grands vainqueurs de l'Awards Night



Lauréat des RTL Media Awards 2012 dans les catégories TV/Cinéma, radio et Coup de cœur du public, la campagne «Politiciens» de Yellow.lu réalisée par Moskito Productions. (de g. à d.) Christiane Kremer (RTL), Änder Hirt (Moskito), Marc Neuen (Yellow.lu), Carole Retter (Moskito) et Nathalie Reuter (RTL)

Quelque 900 personnes ont assisté à la Rockhal à la remise des prix lors de l'Awards Night, qui a regroupé le 15 février les RTL Media Awards et le Grand Prix paperJam Communication, Marketing, Design.

Les RTL Media Awards récompensent les meilleures publicités luxembourgeoises dans le domaine de l'audiovisuel (Radio, Télévision/Cinéma, Internet) et sont décernés par le grand public, tandis que le Grand Prix paperJam Communication, Marketing, Design est décerné par un jury indépendant et valorise la mise en applica-

tion d'une stratégie globale de communication.

Les RTL Media Awards, organisés par RTL et IP Luxembourg, sont décernés par le grand public sur base d'une présélection effectuée parmi 166 projets par un jury. En remportant les catégories «Spot radio», «Spot TV/Cinéma» et «Coup de cœur du public», la campagne «Politiciens», produite par Moskito Productions pour le compte de Yellow.lu, a été plébiscitée par le public. Il n'y a que la catégorie «Internet», attribuée à la campagne «Violence» produite par Comed pour le ministère de l'Égalité des chances qui échappe aux politiciens.



Lauréat du Grand Prix paperJam Communication Marketing Design 2012, le projet Starzone de Cactus, réalisé par Createam. (de g. à d.) François Faber (Imprimerie Faber), Pit Maas et Nadine Nicks (Createam), Jean-Michel Gaudron (paperJam)

Parmi les 127 projets déposés pour la 3^e édition du Grand Prix paperJam Communication, Marketing, Design, le jury en a nommé 50, puis établi un Top 10. Finalement ce sont Cactus, pour son projet «Starzone» réalisé par Createam, **Yellow.lu** pour sa campagne «Politiciens» produite par Moskito Productions et le Centre National de l'Audiovisuel pour sa «Saison 10/11» réalisée par Bunker Palace qui se retrouvent sur le podium. Le «Coup de cœur créatif» a été décerné à la campagne «Ticket Vestiaire», réalisée par Binsfeld Live pour

promouvoir ses propres services. Le «Prix spécial de la propriété intellectuelle» a été remporté par l'agence Fish & Chips pour la création de la corporate identity pour le client vo(l)tage. Finalement, le prix spécial «Impact grand public» a été remporté par l'agence Bizart pour la campagne «Une seconde pour jeter» réalisée pour le ministère du Développement Durable et des Infrastructures et par l'agence BDDP & FILS pour la campagne «L'Europe en quelques battements d'ailes» réalisée pour Luxair Luxembourg Airlines. ■

Assurances

Croissance et rentabilité satisfaisantes pour AXA Luxembourg



Dans le contexte d'une année 2011 marquée à la fois par un net ralentissement économique mais aussi par une crise des marchés financiers, AXA Luxembourg a maintenu une croissance et une rentabilité satisfaisantes.

Les primes d'assurances, en progression de 2,4 % à plus de 180 millions d'EUR, ont connu une évolution favorable en non-vie (+8,4 % dont 3,3 % liés à l'acquisition d'Interlux) alors que le secteur Vie régresse de 4,7 %. 2011 a également été caractérisée par la consolidation du taux de satisfaction des clients et le renforcement de l'action sociétale de la Compagnie. A données comparables et hors chiffres Interlux (représentant 3,3 millions d'EUR), le chiffre d'affaires des assurances non-vie s'établit à 99,6 millions d'euros en progression de 5,1 % avec une évolution

du marché *Particuliers* en progression de 4,8 % à 58,4 millions d'EUR et du marché *Entreprises* de 5,6 % à 41,3 millions d'EUR. Cette progression solide s'explique essentiellement par le dynamisme commercial des canaux de distribution et aussi par les hausses de prix pratiquées en Auto et en Incendie.

La croissance du chiffre d'affaires s'est accompagnée d'une bonne tenue de la rentabilité des opérations qui n'ont pas enregistré cette année de catastrophe naturelle. L'activité non-vie présente un résultat net de 9,9 millions d'EURs, signe de la qualité intrinsèque du portefeuille. Elle a néanmoins été affectée par la crise financière, contraignant la compagnie à la prise de réductions de valeur sur certains actifs. Les primes d'assurance-vie émises enregistrent une diminution de 4,7 % à 77,8 millions d'EUR. Cette contraction provient à la fois de la quasi-stagnation du marché *Entreprises* (+ 0,3 %) à 32,8 millions d'EUR et du recul du marché *Particuliers* de 8,0 % à 45 millions d'EUR. Alors que l'épargne classique croît de 11 %, l'épargne de type financière recule de plus de 20 %. Le résultat net en assurance-vie de 3,9 millions d'EUR est aussi en net recul de 23,5 % impacté d'une part par l'enregistrement de moins-values et réductions de valeur, d'autre part par des opérations exceptionnelles non récurrentes.

L'année 2011 aura également été marquée par la décision de bâtir un

EN BREF

borateurs, l'augmentation du taux de satisfaction des clients, une orientation générale de qualité dans tous les domaines, une mesurabilité des différents processus et une meilleure adaptabilité du système de qualité en cas de changements. Cette certification est valable pour trois ans, sous condition d'audits de suivi annuels. Dans le cadre de l'audit de certification, les membres de la Direction ainsi que tous les collaborateurs furent interviewés et les processus de travail contrôlés en fonction des exigences de la norme. De droite à gauche: Stefan Zerwes (Directeur, Auditeur de Certification, ESCEM/TÜV Rheinland), Christine Girodie (Responsable Marché Formation, TÜV Rheinland/France), Sina Welz (Manager Quality & Product LuxairTours).

Deloitte Premier cabinet international pour son chiffre d'affaires et ses capacités

Deloitte a été nommé premier cabinet de conseil au monde, pour son chiffre d'affaires global et l'ampleur de ses capacités en 2010, par le Rapport «Global Consulting Marketplace 2011-2014» de Kennedy Consulting Research & Advisory. Deloitte a été le seul cabinet de conseil reconnu comme ayant de fortes capacités dans les cinq lignes de service évaluées par ce rapport: stratégie, gestion des opérations, conseil informatique, RH et conseil financier (qui englobe généralement les services liés à la finance, au risque, à l'audit et au conseil fiscal). Pour M. Thierry Hoeltgen, Advisory & Consulting Leader chez Deloitte Luxembourg: «C'est la deuxième année consécutive que nous sommes reconnus leader mondial du marché par le rapport Global Consulting Marketplace de Kennedy. Nous sommes extrêmement fiers de cette réussite. Cette reconnaissance met en évidence la valeur apportée par nos experts à nos clients au niveau mondial ainsi que l'engagement dont ils font preuve envers ces derniers.»



Luxlait Joghurt des Jahres jetzt im Handel

Mit dem neuen Konzept „Joghurt des Jahres“ wird Luxlait jedes Jahr einen neuen Joghurt-Geschmack vorstellen, welcher während dem entsprechenden Jahr, speziell in den Vordergrund gestellt werden wird. 2012 wurde, auch auf Nachfrage vieler Kunden hin, die Geschmacksrichtung Vanille ausgewählt um das aktuelle Joghurt-Sortiment zu ergänzen. Obschon ganz in der Linie der aktuellen Joghurt-Produkte, unterscheidet sich die neue Verpackung farblich von dem bestehenden Sortiment. Dies hat zum Zweck dass der Wiedererkennungswert im Regal gesteigert wird. Dieser neue cremige Vanille Joghurt von Luxlait, wird ohne jegliche Konservierungsstoffe und ohne künstliche Aromastoffe hergestellt. Mit nur 1,5 % Fett hat er einen erstaunlich vollmundigen Geschmack und die kleinen typischen Vanillepunkte zeugen von der hohen Qualität des Produktes sowie dessen Zutaten.



Femmes Magazine Nouveau site Internet

Après plus de dix ans passés aux côtés des femmes du Luxembourg, Femmes Magazine développe son site Internet. Véritable complément du magazine papier, **femmesmagazine.lu** c'est avant tout des femmes qui parlent aux femmes bénéficiant d'une grande expérience en matière de presse féminine. Accessible à tous, il s'adresse aux femmes urbaines, chics et curieuses! Unique sur le Luxembourg et la Grande Région, le site Internet propose un contenu attrayant qui se différencie du papier grâce à l'interactivité qu'offre le web (vidéo, diaporamas etc.). En choisissant d'alimenter le site quotidiennement, la rédaction web, différente de celle du magazine, offre un large choix de sujets aux lectrices qui sont conviées à consulter le site plusieurs fois par jour et peuvent également retrouver tous les articles parus dans les vingt derniers magazines. Femmes Magazine est édité pour la première fois en



EN BREF

2001 par la société Alinéa éditions et communication. Face à la demande croissante des lectrices, le tirage va rapidement passer de 10.000 exemplaires à 15.000 pour finalement atteindre les 20.000 exemplaires.

Le Comptoir Espagnol

Nouvelle épicerie espagnole
Le Comptoir Espagnol, le premier magasin en ligne de produits gourmets espagnols au Luxembourg, est désormais accessible sous www.lecomptoirespagnol.lu et propose

une sélection de la plus haute qualité, choisie méticuleusement par ses experts. Plus d'une centaine de produits sélectionnés, importés directement d'Espagne et distribués au Luxembourg, sont disponibles en stock. Parmi ceux-ci, le client trouvera le produit «star», le jambon ibérique pur bellota pata negra (coupé à la main), ainsi qu'un large choix d'huiles d'olive, de charcuteries, de vinaigres de Xérès, d'olives, de conserves végétales et de poisson, de plats cuisinés traditionnels, de confitures artisanales, etc. De nombreuses idées cadeaux sont également proposées. Les produits sont livrés au Luxembourg à l'endroit choisi par le client.



La solution de paiement mobile luxembourgeoise Digicash a remporté le «prix du jury» lors des premiers «Accenture Innovation

nouveau siège social sur la Place de l'Etoile. Résolument tourné vers l'avenir, ce nouveau site, dans lequel les sociétés du groupe à Luxembourg exer-

ceront leurs activités dès la fin 2012, permettra de renforcer encore la qualité d'accueil de la clientèle, des distributeurs et des collaborateurs. ■

Accenture Innovation Awards BeLux – Financial Services

Digicash décroche le prestigieux prix du jury

Awards Belgium and Luxembourg for Financial Services», qui récompense les projets et produits les plus innovants du marché des services financiers en Belgique et au Luxembourg. Le concours a été organisé par Accenture, groupe international spécialisé dans le conseil en management, technologies et externalisation, et la participation était ouverte aux sociétés et projets issus des deux pays.

Désigné par un jury composé de 17 experts issus des mondes de la banque, des assurances et des fonds d'investissement, Digicash a été récompensé face à une centaine d'autres innovations belges et luxembourgeoises. Comme l'a indiqué Baudouin Thomas, Financial Services Lead d'Accenture BeLux, à l'issue de la remise de prix, cet award récompense bien plus qu'une prouesse technologique: «Les attentes et les demandes de services des consommateurs ont augmenté suite à la récente crise financière, de telle sorte que l'une des questions principales auxquelles nous avons été confrontés était de savoir si ces innovations faciliteraient la vie des consommateurs et renforceraient leurs relations avec leurs institutions financières».

Digicash est un système de paiement mobile qui permet de régler les achats dans les commerces, les factures

à domicile et les achats e-commerce au moyen du téléphone portable. Développée par Mpulse, société luxembourgeoise spécialisée dans les paiements via mobile, cette innovation a notamment bénéficié du soutien du Gouvernement luxembourgeois dans le cadre d'un programme de recherche et de développement. «Avec Digicash, le consommateur a un rôle central, c'est pourquoi notre objectif a été de créer une solution extrêmement facile à utiliser» explique Mike Sergonne, co-fondateur de Mpulse. «A partir du moment où le client a chargé l'application sur son smartphone et qu'il a enregistré son numéro de compte ou de carte, il peut effectuer des paiements auprès de différents commerçants. Pour cela, il lui suffit de scanner un QR Code sur une facture ou sur écran et d'introduire son code PIN. Le règlement se fait instantanément. Le commerçant peut le voir apparaître en temps réel sur un téléphone, une tablette ou dans son système de caisse». Cette solution de paiement via mobile est simple et sans risque complète Raoul Mulheims, autre fondateur de Mpulse. «Avec notre application, aucune donnée sensible, notamment les informations bancaires, ne transite entre le consommateur et le commerce où est effectué le paiement». ■

Biologie médicale

Ketterthill ouvrira en 2013 un laboratoire d'analyses sur le site de Belval

Le laboratoire Ketterthill, leader sur le marché de la biologie médicale ambulatoire luxem-

bourgeoise, vient de décider de transférer son plateau technique sur le site de Belval. «Nous prévoyons de déménager

en 2013 notre siège et l'ensemble du plateau technique d'analyses à Belval dans la zone du Square Mile, voisin de la future



**ENTREPRISE
SOCIALEMENT
RESPONSABLE**



LES ENTREPRISES LUXEMBOURGEOISES S'ENGAGENT. ET VOUS ?

L'Union des Entreprises Luxembourgeoises, à travers son institut INDR, se propose d'accompagner les entreprises dans leur développement de Responsabilité Sociale des Entreprises dans les 3 domaines d'intervention qui sont le social, l'environnement et la gouvernance.

Pour ce faire, l'INDR a créé le label ESR – Entreprise Socialement Responsable - qui permet aux entreprises de formaliser leurs efforts en la matière et de communiquer leurs réussites vis-à-vis de leurs salariés et du monde extérieur.

Suivez le mouvement de la responsabilité sociale des entreprises ! Pour plus d'informations : www.indr.lu

INDR

INSTITUT NATIONAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES



Le présent label est soutenu par le programme communautaire pour l'emploi et la solidarité sociale (2007-2013), le Ministère de la Famille et de l'Intégration et a été réalisé en collaboration avec Deloitte.





implantation de l'ADEM. Notre surface actuelle est insuffisante pour faire face à

la progression de nos besoins», indique le Dr Jean-Luc Dourson. «Ce nouveau lieu nous permettra de rester à un endroit stratégique, proche des trois frontières et au contact de l'Université du Luxembourg, des Centres de Recherche Publics et de la Cité des Sciences. Cette nouvelle surface permettra non seulement la consolidation de l'ensemble des prestations existantes du laboratoire mais aussi le développement de nouvelles activités en particulier dans le domaine de la médecine préventive.»

Entièrement dédié aux activités innovantes en technologie de la santé et à la collaboration privée-publique, le nouveau bâtiment de 5.000 m² porte déjà un nom qui donne clairement la volonté de

ses promoteurs de se positionner vers le futur: Bio K. Le chantier de construction, développé en étroite collaboration avec Technoconsult S.A. et le bureau d'architecture Jean-Luc Lambert, va débuter dans les prochaines semaines. Dans un premier temps il abritera toutes les activités de Ketterthill couvrant l'ensemble des disciplines de la biologie médicale et sera par ailleurs consacré au développement d'activités nouvelles issues des nouveaux partenariats engagées par Ketterthill avec le groupe Cerba European Lab. Les travaux de construction démarreront en avril 2012 et le déménagement dans le nouveau bâtiment est prévu pour le quatrième trimestre 2013.

Téléphonie

Orange poursuit sa croissance sur le marché résidentiel et professionnel



Patrick Ittah, directeur général Orange Luxembourg, a présenté les chiffres clés communiqués par la maison mère Mobistar et partagé ses orientations stratégiques pour 2012

Orange Luxembourg a présenté ses chiffres pour l'année 2011 et défini ses orientations stratégiques pour 2012. Le troisième opérateur de téléphonie mobile du pays a poursuivi sa croissance l'année dernière, tant sur le marché résidentiel que professionnel. Fin décembre 2011, l'opérateur comptabilisait 99.233 clients actifs en téléphonie mobile par rapport aux 88.851 clients enregistrés un an auparavant, soit une progression de 11,7 %. La part de clients «postpaid» est passée de 78,9 % fin décembre 2010 à 79,8 % un an plus tard. La progression de la part des clients résidentiels mobile en fin d'année 2011 est de 11,4 %. A la

fin de l'exercice 2011, Orange Luxembourg affiche une progression de ses activités mobiles de 23 % sur le marché professionnel et compte parmi ses clients de grands noms dans les domaines bancaires et industriels. En 2011, deux nouvelles surfaces de ventes ont été ouvertes et Orange a développé six espaces services sur le territoire grand-ducal, avec pour objectif de renforcer la proximité et le service à la clientèle. De 133 collaborateurs à la fin de l'année 2010, Orange est passée à 150 employés. Le recrutement devrait se poursuivre en 2012 avec l'embauche d'une vingtaine de personnes supplémentaires.

En 2011, l'opérateur luxembourgeois a poursuivi ses investissements. Une partie de ces investissements a été consacrée à la modernisation du système de facturation. Orange a aussi opéré une transformation globale de son réseau avec du matériel de dernière génération plus performant et moins consommateur en énergie, et plus d'une cinquantaine de sites 3G supplémentaires ont été activés. Désormais, l'ensemble du réseau est compatible avec la technologie 4G à venir. Le revenu moyen mensuel généré par client (ARPU) d'Orange Luxembourg s'établit à 49,8 EUR pour 2011, contre 47,7 EUR pour 2010. Un

chiffre relativement élevé par rapport à la moyenne européenne. Il s'explique par un taux de pénétration important des smartphones sur le marché luxembourgeois et une consommation importante de data via le réseau de téléphonie mobile. Orange enregistre d'excellents résultats sur le segment de l'Internet mobile, grâce au nombre croissant de forfaits data mobile et à l'utilisation accrue de l'Internet mobile sur smartphone et PC. Cette activité est également soutenue par les ventes de tablettes en forte croissance sur le marché.

Orange Luxembourg enregistre aussi une hausse de ses résultats en matière de téléphonie fixe et connexion Internet. Malgré la position dominante des P&T sur ce segment, Orange est le premier opérateur à avoir développé une offre de TV mobile à Luxembourg. Pour 2012, la société table sur le développement d'offres globales, alliant téléphonie fixe et mobile, accès au réseau Internet et télévision. Les nouveaux clients et les clients existants bénéficieront des mêmes avantages. Orange Luxembourg entend poursuivre ses investissements, afin de développer son réseau, offrir l'accès à l'ultra haut débit et améliorer la performance de ses services.

Groupe Utopia: Luxempart cède sa participation

La société Utopia S.A., exploitant des salles de cinéma Utopolis et Utopia au Luxembourg, en Belgique, aux Pays-Bas ainsi qu'à Longwy, annonce que Luxempart a cédé sa participation de 54,9 % à Utopia Management ainsi qu'au groupe luxembourgeois CLdN qui ont structuré leur participation à parité.

Luxempart était actionnaire du groupe Utopia depuis 1994 et a largement contribué tant à sa création qu'au développement international qu'il a connu depuis. Utopia Management est le fondateur du groupe Utopia et détenait depuis toujours une participation significative dans celui-ci. Luxempart S.A. se félicite d'avoir pu contribuer au maintien d'un actionnariat luxembourgeois aux cotés du management avec lequel l'entreprise a su développer une relation de confiance. Au cours des 18 dernières années, Luxempart a participé activement à l'expansion internationale du groupe Utopia. Par son soutien financier et son expertise des affaires à travers sa présence dans les organes décisionnels de la société et sa proximité avec

le management, Luxempart a concrétisé son rôle d'actionnaire professionnel dans le développement du groupe.

Nico Simon, administrateur-délégué d'Utopia Management et CEO du groupe Utopia, s'est déclaré satisfait «d'avoir pu être à même de reprendre la participation de Luxempart ensemble avec un nouvel investisseur. Nous sommes d'autant plus enthousiastes pour l'avenir que le nouveau partenaire, la société CLdN dispose de beaucoup d'expérience entrepreneuriale et ne manquera pas de nous apporter un regard neuf, donc dynamique, sur nos activités. Nous sommes avant tout très satisfaits que ce soit un investisseur luxembourgeois qui nous ait fait confiance pour la reprise de la société et que le groupe international Utopia continuera donc à battre pavillon luxembourgeois».

Pour Christian Cigrang, CEO de CLdN, l'investissement dans Utopia reflète une volonté de développer davantage d'activités entrepreneuriales au Grand-Duché et d'intervenir en tant qu'investisseur significatif dans le marché domestique. CLdN ne se



définit ni comme un groupe financier, ni comme un groupe purement industriel: son métier est d'entreprendre, c'est-à-dire d'engager du capital, de gérer des risques, de miser sur des gens, le tout dans une perspective à long terme. CLdN est un ensemble luxembourgeois de sociétés dont les activités initialement limitées au domaine maritime se sont diversifiées ces dernières années. Cet ensemble représentait en 2011 un chiffre d'affaires d'un milliard d'Euros; il est caractérisé par une solide capitalisation et une liquidité abondante, ainsi qu'une rentabilité très satisfaisante. Le groupe n'est pas coté en Bourse: son actionnariat est familial et luxembourgeois. ■

Transports et logistique

Arthur Welter goes green

Arthur Welter Transports a reçu le certificat nova naturstrom 2012 de la part d'Enovos. Ce certificat atteste qu'en plus de l'utilisation d'énergie issue à 100 % de sources renouvelables, la société participe à l'alimentation du fonds nova naturstrom dont la vocation est de promouvoir et mettre en valeur ces sources d'énergie.

Cette action s'inscrit dans une démarche globale d'Arthur Welter pour maîtriser au mieux son impact environnemental. L'excellent développement de la société lui permet d'investir dans des véhicules performants, respectant les dernières normes européennes antipollution. Au premier trimestre 2012, la société va acquérir une cinquantaine de véhicules conformes aux dernières normes européennes. La société anticipe ainsi large-

ment l'échéance fixée à 2014 par l'Europe. La moitié de la flotte sera ainsi composée de camions parmi les moins polluants du marché.

De la même façon, les consommations en carburant sont minutieusement surveillées. En plus de la formation initiale, les chauffeurs identifiés comme d'importants consommateurs reçoivent une formation interne d'une journée à l'Eco-conduite. A l'issue de cette formation, le chauffeur est capable de réduire sa consommation d'environ 3 %, soit une baisse équivalente des émissions nocives dans l'atmosphère. Considérant les 130.000 km parcourus par un chauffeur en moyenne chaque année, cette diminution prend une ampleur non négligeable. Bien décidée à continuer sur cette voie, le prochain projet de la société en faveur



du respect de l'environnement consistera à l'installation de panneaux photovoltaïques sur le site de Leudelange. Celui-ci devrait être concrétisé courant 2012. Arthur Welter Transports est une entreprise luxembourgeoise durable qui fêtera son 50^e anniversaire cet été. Sa structure familiale est probablement un des facteurs de son attention particulière au respect de la nature qui nous entoure. ■



Die Floriade in Venlo

Tourismuswerbung im Einzugsgebiet Luxemburgs

„Be part of the theatre in nature, get closer to the quality of life“, so das Thema der Floriade 2012 welche vom 5. April bis 7. Oktober in Venlo stattfindet. Europas größte Blumenausstellung bietet auf 66 ha Parkanlagen und 40 ha Ausstellerfläche, 180 Tage Vergnügen für Senioren, Familien mit Kindern sowie für alle Garten- und Naturliebhaber.

„*Relax & Heal*“, „*Green Engine*“, „*Education & Innovation*“, „*Environnement*“ und „*World Show Stage*“. Unter diesen fünf Themen wird sich die Floriade dem Besucher vorstellen. Nach Zoetemeer 1992 und Harlemermeer 2002, findet nun die „*World horticultural Expo*“ in Venlo statt.

■ Für Luxemburg eine potentielle Kundschaft

Bis zu 2 Millionen Besucher werden hier zwischen April und Oktober erwartet. Das direkte Einzugsgebiet von Venlo (NL), kaum 300 km von Luxemburg-Stadt entfernt, zählt mit dem angrenzenden Ruhrgebiet und der Region Maas-

tricht-Lüttich-Eindhoven-Tilburg, weit über 6 Millionen Einwohner. Gewusst ist, dass dieser Bevölkerungsraum einen wesentlichen Teil der Luxemburger Stammkunden im Tourismus darstellt. Bekannt ist ebenfalls, dass sich diese ehemalige Industriegegend zu einer der produktivsten Regionen Deutschlands und der Niederlande umstrukturiert hat. 16 der 100 und 43 der 500 ertragreichsten Betriebe Deutschlands sind im Grenzgebiet von Venlo angesiedelt.

■ Ein Publikumsmagnet

Die Liebe zur Natur, insbesondere zum Gartenbau erfreut sich steigender Nachfrage. Dank eines ansprechenden

Animationsprogramms wird die Floriade zwischen April und Oktober zum täglichen Publikumsmagnet: Tanz, Theater, Akrobatik, Musik, und sogar Culturerroutes auf dem Parkgelände lassen das Ereignis zum großen Event werden. Die Villa Flora wird die größte Indoor Blumenausstellung Europas zeigen. Kinderprogramme werden in großer Zahl angeboten. Eine topmoderne Kabelbahn ermöglicht sich in kürzester Zeit auf dem riesigen Gelände umzusehen. Weltausstellungsambiente fehlt keineswegs. Einen exotischen Touch verleihen der Floriade, unter vielen anderen Teilnehmern, die Vertretern aus Indonesien, Togo, der Türkei, oder Rumänien. 100

Teilnehmer, darunter die Beneluxländer gewähren Einblick in ihre innovativen und gestalterischen Natur- und umweltbezogenen Produkte und Freizeitangebote ihrer Länder und Regionen.

Das reichhaltige Programm, sowie das Profil des visierten Publikums, lässt gleich auf eine Kundschaft schließen, welche eine Feriendestination wie Luxemburg nur schätzen kann: Familien mit Kinder, Best Ager und Senioren, Natur- und Kulturfreunde. Doch wird dieser anspruchsvolle Rahmen inmitten eines Blumenmeers auch als Business-Network Place genutzt. Wie meist in der Geschichte, soll die Ausstellung auch Investoren nach Venlo anziehen, um so die Wirtschaftskraft der Region auszubauen.

■ Von nationalem Interesse

Die Luxemburger Regierung hat die Bedeutung dieses Großevents für das Großherzogtum erkannt: gleich drei Ministerien zeigen Interesse an der Floriade. Luxemburg wird über eine Ausstellungsfläche von ca 300 qm verfügen. Inmitten eines prächtig, im Auftrag des ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural angelegten Gartens steht das Pavillon des ministère du Tourisme, welches für Luxemburg als Ferienland wirbt. Gleich an mehreren Wochenenden bietet Luxemburg Animation im touristischen und kulturellen Bereich. Am Königin-nedag (30. April), und an Luxemburgs Nationalfeiertag wartet das Großherzogtum mit einem anspruchsvollen Animationsprogramm auf. Das Landesverkehrsamt (ONT) schliesst sich dieser Vermarktungsmöglichkeit an, und veranstaltet während der Floriade Gewinnspiele und schaltet Werbung, um das für Luxemburg potentiell interessante Publikum auf das einheimische Tourismusangebot aufmerksam zu machen.

■ Einfach mitmachen

Das Landesverkehrsamt lädt Hotels und Campingplätze sowie Attraktionen, oder Hotelier- und Campingvereinigungen dazu ein, Lose für diese Gewinnspiele zur Verfügung zu stellen. Mitmachen

kann jeder dieser touristischen Partner, der ein Angebot einreicht, welches entweder Senioren (ab 50) oder Familien mit Kindern als spezifische Zielgruppe visiert. Ein besonderes Schwergewicht soll dabei auf Naturverbundenheit liegen, ohne jeweils Sportmöglichkeiten, Freizeit oder kulturelle Aktivitäten auszuschließen. Der Wert eines Loses soll dem Wert von von ca 1.000 EUR entsprechen, eine Gültigkeit für 2012 bieten, und nicht auszählbar sein.

Als Gegenleistung für die zur Verfügung gestellten Lose, bietet das Office National du Tourisme:

- Die Nennung des Anbieters (Logo) in einer spezifischen Anzeigenkampagne welche das ONT in den Niederlanden schaltet;
- Die Plakatwerbung für das zu gewinnende Los am luxemburger Stand in Venlo;
- Die detaillierte Information zum Los im Rahmen des Wettbewerbs in Venlo und auf den Sonderseiten zur Floriade auf www.visitluxembourg.lu (niederländische Seiten >12.500 Besucher im Monat), sowie auf den spezifisch eingerichteten fanpages auf facebook.com.
- Das Landesverkehrsamt stellt weiterhin dem Anbieter die Auswertung des Wettbewerbs sowie dessen marktspezifische Informationen zur Verfügung.

Eine Marktstudie zu den Wünschen der Best Ager ab 50 bis hin zu den Senioren kann beim ONT angefragt werden. Auch bietet das Landesverkehrsamt ein Help Desk zur Erstellung anspruchsvoller Angebote und Lose. Der Annahmeschluss für die Lose wurde auf den 12. März festgelegt.

Auch zum professionellen Netzwerken wird das ONT die Floriade als Plattform nutzen, um Kontakte zu Touroperatoren oder Busunternehmen aufzubauen, oder auszudehnen. Berufsverbände welche Interesse bekunden sich an touristischen Animationen zu beteiligen, können mit den Verantwortlichen des ONT Kontakt aufnehmen. ■

Kontakt: Tel.: (+352) 42 82 82 26 – Fax: (+352) 42 82 82 38

E-mail: georges.gitzinger@ont.lu

Mitgeteilt vom Office National du Tourisme

EN BREF

Luxembourg City Tourist Office Une nouvelle identité visuelle pour le LCTO

Le Luxembourg City Tourist Office (LCTO) modernise sa communication dans les secteurs du tourisme, des congrès et de la culture et change d'identité visuelle. La nouvelle identité visuelle, élaborée par l'agence binsfeld, se compose de deux nouveaux logos: le logo d'entreprise du Luxembourg City Tourist Office et le logo touristique servant à promouvoir Luxembourg comme destination touristique et culturelle. Deux logos, violet, vert et rouge assez proches avec une symbolique importante. La typographie de la lettre «m» de «luxembourg» évoque les nombreux ponts de la capitale ainsi que les formes incurvées typiques, que l'on retrouve par exemple dans les meurtrières des casemates ou sur d'autres façades historiques. Le «m» couronné de trois points est un parallélisme graphique avec le logo du «claim» de la ville, «multiplicity», et symbolise les gens liés par l'amitié. Le «m» surmonté des points symbolise également une couronne, évoquant la monarchie et les monuments historiques. Les trois langues «meng stad. ma ville. my city» qui exprime le multilinguisme et les aspects multiculturels de la ville de Luxembourg, de même que le sentiment de fierté des Luxembourgeois quant aux multiples facettes de leur ville. En fonction des supports, la signature pourra être traduite dans d'autres langues. De plus, un ensemble d'illustrations en rapport avec la ville de Luxembourg a été réalisé par l'artiste Michel Geimer. Mélusine, le Péckvillchen (sifflet en terre cuite en forme d'oiseau) et le pont Adolphe se relayent, accompagnés d'autres motifs symboliques et seront utilisés sur des objets publicitaires et des gadgets. Dans les mois à venir, l'ensemble de ses supports visuels va revêtir la nouvelle identité visuelle (publications LCTO, papiers d'affaires, site Internet, kakémonos, T-shirts, cartes postales, aimants, parapluies...).

«Luxembourgticket.lu» Et un nouveau site Internet pour la Billetterie

La billetterie Luxembourgticket.lu s'est doté récemment d'un portail beaucoup plus accueillant, intuitif et fonctionnel. Le «look» a changé et le site offre de nouvelles fonctionnalités et de nouveaux services. Les utilisateurs peuvent, par exemple, sauvegarder leurs événements préférés à l'aide d'une fonction «coup de cœur», explorer l'offre culturelle par thématiques et lieux, ou encore se procurer des bons cadeaux directement en ligne. Luxembourgticket dispose aussi désormais d'une page fan sur Facebook, dédiée à la communication directe avec les utilisateurs, réservée à des actions de promotion extraordinaires: vente de billets en avant-première, information sur les annulations de concerts, annonces en avant-première de nouveaux spectacles, chat avec des stars, rencontres en ligne, etc. Luxembourgticket est géré par l'Agence luxembourgeoise d'action culturelle et soutenu par le ministère de la Culture et la Ville de Luxembourg. Les contenus du site proviennent du portail culturel de la Grande Région www.plurio.net.



© shutterstock



Votre partenaire pour la réussite

Chaque mois, *Merkur* vous présente sur cette page deux collaborateurs/-trices de la Chambre de Commerce. L'idée de cette page est de **rendre encore plus transparents les services et les activités de la Chambre de Commerce** et de **vous permettre de mieux connaître vos interlocuteurs** auprès des différents départements.



Julie Wong

Secrétaire, Office du Ducroire,
Département International

Julie est secrétaire auprès de l'Office du Ducroire (ODL) au sein du Département International. Parmi les principales tâches qui lui incombent, Julie apporte son soutien dans la gestion journalière de l'ODL, qui a fêté ses 50 ans d'existence au mois de décembre dernier. Créé en 1961, l'ODL est au service des entreprises luxembourgeoises exportatrices et met à leur disposition ses produits d'assurance-crédit, sa connaissance des spécificités locales des marchés ainsi que ses partenaires officiels. Depuis la convention de coopération entre l'ODL et l'Etat qui a mené à la création du Comité pour la promotion des exportations luxembourgeoises (COPEL) en 2002, l'ODL assume le soutien des exportations luxembourgeoises par l'intermédiaire d'une participation partielle aux frais de promotion, d'exposition et de formation à l'exportation. Julie conseille les entreprises luxembourgeoises, principalement en matière d'assurance-crédit. Au sein de la Chambre de Commerce, elle

assure également le rôle de *Private Sector Liaison Officer* (PSLO) et a pour mission de sensibiliser les PME aux activités du Groupe Banque mondiale (WBG) et faciliter l'interaction entre le WBG et le secteur privé.

Au quotidien, Julie participe à la gestion courante des dossiers d'assurance-crédit. Elle participe à la rédaction du rapport annuel, des présentations et des différentes brochures émises par le Ducroire. Enfin, Julie assiste les autres collaborateurs de l'ODL dans leurs tâches journalières. Elle apprécie son autonomie, les rencontres avec un grand nombre de sociétés et de personnes intéressantes, ainsi que l'atmosphère agréable au sein de l'équipe dans laquelle elle travaille. Côté loisirs, Julie manifeste un intérêt certain pour les langues. Elle aime la musique et les voyages à travers le monde. Et pour ceux qui veulent se mesurer avec elle, Julie est initiée au Taekwondo, un art martial coréen de combat à mains nues ... ■

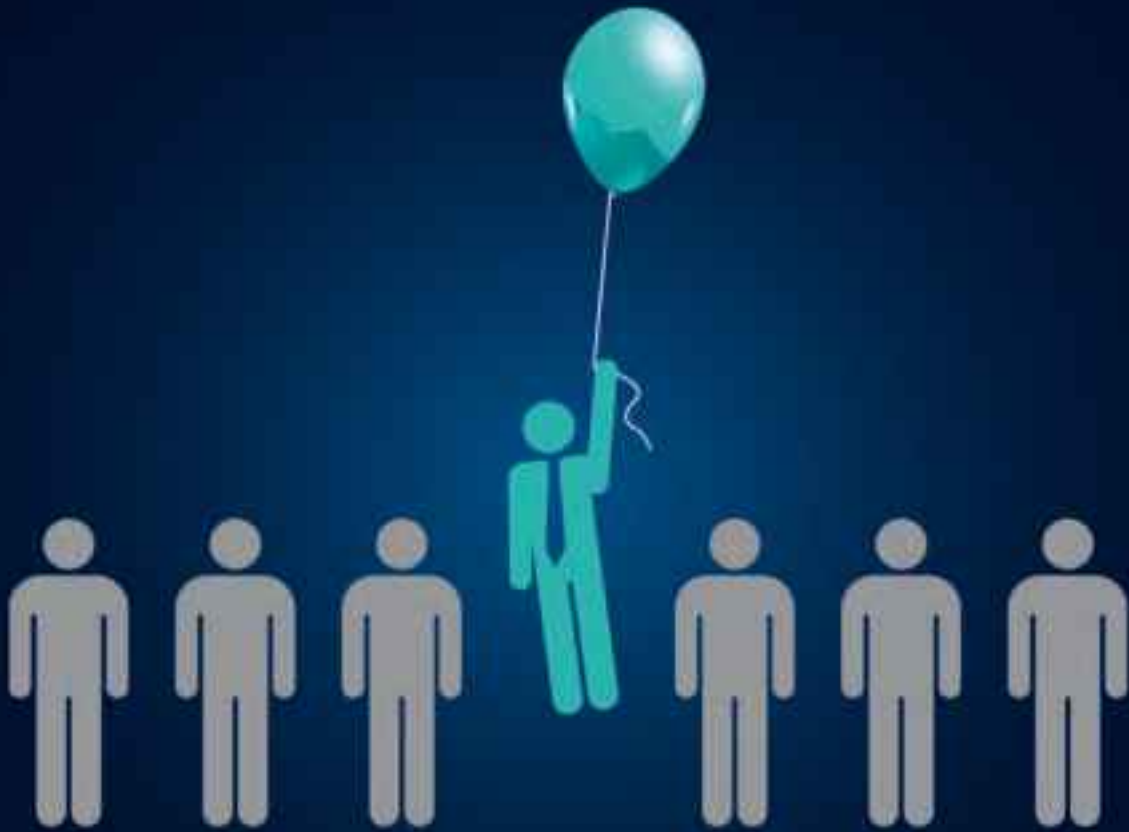


Corinne Briault

Chargée de rédaction,
Service Communication

Corinne est chargée de rédaction et à ce titre, elle participe à l'élaboration des différents projets et outils du service Communication. Elle contribue notamment pour une large part au suivi et à la mise en forme du magazine *Merkur*, le bulletin d'information officiel de la Chambre de Commerce luxembourgeois. Le *Merkur* paraît au cours de la deuxième semaine de chaque mois et est distribué à toutes les entreprises ressortissantes de la Chambre de Commerce, ainsi qu'à de nombreuses autorités, organisations, institutions, personnalités luxembourgeoises et étrangères et abonnés privés. Le *Merkur* est actuellement distribué à 35.000 exemplaires. Par ailleurs, Corinne contribue à l'actualisation du nouveau site internet de la Chambre de Commerce et participe à la mise à jour et à l'élaboration de diverses publications. Au quotidien, elle gère plusieurs fichiers qui reprennent

entre autres, les articles de presse parus au sujet des activités de la Chambre de Commerce ou encore, la participation des membres du service aux différentes conférences ou événements. Elle a également à sa charge le suivi des factures et des commandes du service Communication. Corinne s'adapte avec plaisir à la diversité de ses tâches et apprécie de voir concrètement le travail réalisé. Côté loisirs, Corinne se retrouve avec bonheur entre amis et est une fervente adepte de la bonne cuisine. Elle apprécie l'art moderne et aime partir à la découverte de nouveaux lieux, moments propices à de nouvelles rencontres. Elle se dit également passionnée par les braques de Weimar et les photos de William Wegman, un photographe d'art, notamment renommé pour ses clichés mettant en scène ces chiens. ■



Assurez votre capital humain, le plus précieux de votre entreprise

advantis Votre assurance Vie Groupe

Foyer Vie, véritable partenaire de votre entreprise, vous propose sa gamme de solutions et de services pour la mise en place d'un régime complémentaire de pension.

Nous construisons pour vous des solutions sur mesure adaptées à votre politique salariale et modulées au gré des besoins complémentaires d'épargne et de prévoyance de vos salariés.

Avec **advantis**, votre entreprise est unique. www.advantis.lu



Äert Vertrauen a sécheren Hänn

FOIRE DE PRINTEMPS

DU 5 AU 13 MAI 2012

LA CHAMBRE DE COMMERCE ET LA

LUXEMBOURG SCHOOL FOR COMMERCE

VOUS ACCUEILLENT.



RENDEZ-VOUS SUR NOTRE STAND ET :

- • • Découvrez les services de la Chambre de Commerce
- • • Etudiez toutes les offres de formations de la Luxembourg School for Commerce
- • • Gagnez un iPad et des formations gratuites en participant au Grand Quiz



VENEZ PARTAGER LE VERRE DE L'AMITIE LORS DE DEUX SOIREEES :

- • • **After-work de la Luxembourg School for Commerce**
le jeudi 10 mai 2012 à partir de 18h00
- • • **Cocktail des entrepreneurs**
le vendredi 11 mai 2012 à partir de 18h00

