

Enquête Eurochambres 2005 : Optimisme hésitant

Economie



Présentation du rapport Fontagné sur la compétitivité du Luxembourg

International



Semaine de promotion économique dans les pays du Golfe

Commerce

Les secteurs quincaillerie, art de la table, jouets et puériculture



Parce que je mérite un banquier qui me comprend !



BUSINESS
ZEBRA

Se prendre le temps de vous écouter, analyser et comprendre vos besoins, anticiper les tendances du marché et agir rapidement avec des solutions pertinentes et efficaces, telle est la vocation de nos conseillers PME. Le développement de produits avantageux en est un atout supplémentaire: les formules **ZEBRA BUSINESS** et **ZEBRA BUSINESS plus** vous proposent tous les services autour de votre compte courant professionnel. Cette offre business "tout compris" inclut tous les services à réelle valeur ajoutée dont vous pouvez profiter au quotidien. Et ceci pour un rapport qualité/prix exceptionnel. N'hésitez plus et renseignez-vous dès aujourd'hui dans une de nos 80 agences à travers le pays ou sous www.zebra.lu.



SPUERKEESS
www.bcee.lu

En parfait partenaire.



La Chambre de Commerce souhaite à tous ses ressortissants un joyeux Noël et des bonnes fêtes de fin d'année.

Enquête Eurochambres 2005: Timide reprise de confiance

Rituel désormais annuel, la Chambre de Commerce vient de présenter début décembre les résultats de la 12^e édition de l'enquête Eurochambres réalisée par l'association des Chambres de Commerce et d'Industrie européennes du même nom. Cette enquête est intéressante à multiples égards. D'abord, parce qu'elle est effectuée simultanément dans tous les pays de l'Union européenne et permet donc de mesurer et de comparer le climat économique du Luxembourg avec la moyenne européenne. Ensuite, l'enquête Eurochambres est actuellement la seule enquête conjoncturelle au Grand-Duché qui couvre tant les secteurs industriels que les secteurs des services. Finalement, l'enquête ne se limite pas à comparer une série d'indicateurs économiques classiques mais mesure également directement la confiance des principaux acteurs économiques, en l'occurrence des chefs d'entreprise. Cette approche est originale et unique et les résultats de l'enquête méritent par conséquent une analyse minutieuse.

D'une manière générale, les résultats de l'enquête Eurochambres 2005 indiquent en **Europe** une reprise économique modérée et graduelle pour l'année prochaine. Tandis que l'indicateur du climat des affaires semble se détériorer légèrement en 2005, les autres indicateurs (chiffre d'affaires, emploi et investissement) atteignent des niveaux supérieurs à ceux obtenus lors de la précédente enquête.

Il est intéressant de noter que l'élargissement de l'Union européenne en mai 2004, qui n'a pas été sans susciter quelques craintes en Europe, a finalement eu un effet positif sur le climat des affaires. Cet effet s'observe plutôt chez les entreprises implantées dans les nouveaux Etats membres, tandis que les entreprises implantées dans les anciens Etats membres, et particulièrement celles implantées dans la zone euro, se sont montrées plus prudentes quant à l'évolution de la conjoncture économique en 2005.

En ce qui concerne l'évolution économique du **Luxembourg** en 2004, l'enquête Eurochambres confirme une amélioration conjoncturelle dans la plupart des secteurs. Lors de l'enquête 2004, les entreprises luxembourgeoises restaient encore relativement prudentes par rapport à l'évolution de la situation économique en 2004, mais finalement l'année 2004 a été une année plutôt bonne pour les entreprises luxembourgeoises: 41 % d'entre elles ont vu leur chiffre d'affaires total augmenter au cours de cette année. Le climat des affaires s'est également amélioré.

Cette amélioration en matière de chiffre d'affaires et de climat des affaires au cours de l'année 2004 n'a cependant pas eu de répercussion en termes d'emploi et d'investissement. La balance de l'indicateur de l'emploi est resté stable: 10% cette année contre 11% l'année dernière. La balance de l'indicateur des investissements a également peu évolué (16% contre 13%).

En ce qui concerne les **perspectives** pour l'année à venir, l'enquête dénote un optimisme prudent de la part des entreprises qui s'attendent à une année 2005 qui sera au moins aussi bonne que l'année 2004. Au Luxembourg les quatre indicateurs mesurés sont à la hausse, ce qui est encourageant. Ainsi l'évolution de l'indicateur du climat des affaires au cours de l'année à venir cesse-t-il d'être négatif (-4% au cours de la dernière enquête Eurochambres) pour atteindre l'équilibre. De même, la balance du chiffre d'affaires total pour l'année à venir (29%) est-elle en augmentation par rapport à l'année dernière (25%), ce qui semble confirmer que les entreprises tablent sur une poursuite de la reprise économique.

Il faut cependant noter que le climat des affaires reste particulièrement bas dans une optique historique, également par rapport aux autres pays européens.

De manière générale, les résultats de l'enquête Eurochambres 2005 rejoignent et confirment les prévisions du Statec pour l'année 2005, ce qui n'était que partiellement le cas en 2004.

Un des objectifs de l'enquête Eurochambres est de mesurer le degré de pénétration de l'Internet dans le monde des entreprises au Luxembourg et, plus précisément, d'évaluer la part des différentes formes de commerce électronique. L'enquête révèle que les entreprises qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires par voie électronique demeurent largement minoritaires (16%). Par rapport à l'année dernière, la proportion des entreprises qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires par voie électronique a légèrement diminué (17%), ce qui est un résultat décevant, qui démontre à suffisance que les objectifs de la stratégie de Lisbonne sont loin d'être atteints.

Par contre, même si le commerce électronique demeure peu développé au Luxembourg, les entreprises qui ont recours au commerce électronique semblent être particulièrement optimistes. En effet, la grande majorité des entreprises qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires par voie électronique prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires réalisé par les moyens du commerce électronique (60%). Ces résultats ne font que confirmer l'existence d'une corrélation directe entre les investissements en nouvelles technologies et l'évolution du chiffre d'affaires.

La stratégie de Lisbonne identifie d'ailleurs l'utilisation accrue des technologies numériques comme un des principaux, sinon le principal moteur d'une croissance substantielle en Europe. La nécessité d'une relance du processus de Lisbonne sous la Présidence luxembourgeoise est donc largement validée par les résultats de l'enquête Eurochambres.

Sommaire

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.



Enquête Eurochambres 2005: Optimisme hésitant

page 6

N° 10 - 2004

Editeur:

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

Paraît 10 fois par an

Tirage: 32 300 exemplaires
Reproduction autorisée avec mention
de la source. Copie à l'éditeur

Mise en page et impression:

Imprimerie Centrale S.A.

Publicité:

Imprimerie Centrale
Service Régie
Bureaux: 119, rue Adolphe Fischer
L-1521 Luxembourg
Tél.: (+352) 40 36 10-1
Fax: (+352) 40 36 10-228
E-mail: regie@ic.lu

Conception graphique:

Millenium - Bertrange

Crédit photographique:

MEV, Agence Blitz

Edito

- Enquête Eurochambres 2005: Timide reprise de confiance
page 3

Dossier

Enquête Eurochambres 2005: Optimisme hésitant

page 6

International

- Les Etats Baltes: trois nouveaux Etats Membres montrent leur dynamisme
page 20
- Journées de Promotion Luxembourgeoise en Chine



page 21

- Journée d'Affaires sur la République tchèque
page 21
- La Serbie-Monténégro: un nouveau marché en pleine expansion
page 22
- Le Luxembourg rencontre le Moyen-Orient
page 23
- Le roi de la Jordanie Abdallah II en visite à la Chambre de Commerce
page 26

- Visite d'une délégation des banquiers russes
page 27
- Nouvelle voie de distribution pour les formulaires CMR
page 27
- The Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Japan
page 29
- Comment optimiser la visibilité d'un site Internet?
page 31
- Bourse de coopération à la «Hannover Messe 2005»
page 32
- Normes comptables: la Commission approuve l'IAS 39
page 34
- Accord dans la lutte contre le blanchiment de capitaux
page 34
- Législation renforcée en matière de marketing agressif et pratiques trompeuses
page 35

Formation

- L'audit du système formation de l'entreprise
page 36

Innovation

- 1,2,3,GO: place à l'innovation !
page 44
- www.innovation.public.lu: plus de 2 600 annonces technologiques
page 45
- Mobilisation autour de la recherche européenne
page 46
- Prix interrégional de la recherche: un succès commun
page 46
- Premier site à recevoir le certificat «Luxembourg e-privacy Certified»
page 48
- Luxinnovation fête son 20^e anniversaire
page 48
- Remise du Prix luxembourgeois de la qualité 2004
page 49

Economie

- Le Professeur Fontagné présente son rapport sur la compétitivité du Luxembourg
page 50
- Lancement du «Portail entreprises»
page 55
- Nouvelle enquête conjoncturelle dans le secteur du commerce et des services
page 57
- La qualité dans les entreprises luxembourgeoises
page 58
- L'industrie hôtelière affiche de bons résultats en 2004
page 59

Législation et avis

- Nouvelles dispositions fiscales
page 61
- Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce
page 62
- JURISNEWS : Nouvelle revue juridique luxembourgeoise
page 64
- Codex, le mensuel juridique et politique du Luxembourg fête ses 5 ans
page 64
- Commandes d'annonces publicitaires: Attention arnaque!
page 66

Commerce

- Le secteur Quincaillerie – Art de la table – Jouets – Puériculture



page 68

Fédérations/UEL

- Vaste campagne de sensibilisation pour réduire les accidents de trajet
page 74
- L'école doit s'ouvrir à l'entreprise
page 79
- Baisse des commissions sur cartes VISA et MASTERCARD
page 79
- Lohnnebenkosten: So viel zur Hysterie des Patronats
page 81
- Mindestloohnerhöhung: Wahlkampf auf Kosten von Arbeitsplätzen
page 81
- FFCEL: L'esprit d'entreprise au féminin
page 82
- Préparation de la Présidence luxembourgeoise de l'UE début 2005
page 83
- Séminaire Béton 2004: la normalisation européenne est un défi national
page 84

Actualités Entreprises

- Nicolas Buck élu Entrepreneur de l'Année 2004



page 86

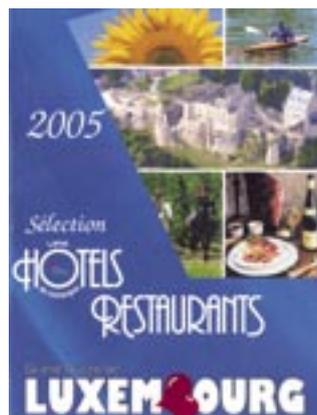
- Interact devient la première entité de service complet au Luxembourg
page 87
- La Brasserie de Luxembourg et Philips lancent PerfectDraft
page 87

- Le «Basta Così»: le soleil de l'Italie au Grand-Duché
page 88
- Ouverture de l'espace LEA à Luxembourg



page 89

- Systemat Luxembourg: dix ans au service de ses clients
page 89
- IEE présente ses nouveautés 2000+
page 90
- Job Partner Luxembourg fête son 3^{ème} anniversaire
page 91
- Multisolar wird europäischer Vertriebspartner von Shell Solar
page 92
- Aral schult Mitarbeiter in Fahrsicherheit
page 93
- Découvrir le Luxembourg avec le Petit Futé



page 93

Bourse d'entreprises

page 94

Liquidations

page 98

Optimisme réservé malgré la reprise

Pierre Gramagna, Directeur de la Chambre de Commerce, Carlo Thelen (à g.), membre du Comité de Direction et Chef du Département Economique et Jean-Christophe Burkel, Attaché au Département Economique, présentent les résultats de "l'Enquête Eurochambres 2005" lors de la conférence de presse du 3 décembre 2004



des entreprises confirmée en 2004



La Chambre de Commerce vient de présenter les résultats de la 12^{ème} enquête Eurochambres sur la conjoncture luxembourgeoise. Malgré la confirmation de l'amélioration conjoncturelle dans la plupart des secteurs, les chefs d'entreprises restent prudents quant à l'évolution de l'économie en 2005.

L'association des Chambres de Commerce et d'Industrie européennes Eurochambres¹ a procédé cette année à la 12^e édition de l'enquête annuelle sur la conjoncture européenne.

L'objectif de l'enquête est de suivre l'évolution des principaux indicateurs de la vie économique en 2004 et de connaître les prévisions des entreprises au sujet des perspectives économiques pour l'année 2005. La reconduction annuelle de cette étude permet de mettre en évidence les changements intervenus d'une année sur l'autre. Etant donné que cette enquête est réalisée dans tous les pays de l'Union européenne, les résultats obtenus permettent de comparer le climat économique luxembourgeois avec le climat économique dans les autres pays de l'Union européenne.

Au Luxembourg, cette enquête est réalisée par la Chambre de Com-

merce en collaboration avec l'ILRES², qui a effectué la collecte des données par téléphone auprès de quelque 1.000 entreprises au cours de la 2^e et de la 3^e semaine d'octobre 2004. Au préalable, les entreprises qui font partie de l'échantillon retenu avaient reçu le questionnaire de l'enquête Eurochambres 2005 au début du mois d'octobre. Sur un panel de départ de 1024 entreprises appartenant au secteur industriel manufacturier et des services, 791 ont répondu à l'édition 2005 de l'enquête Eurochambres.

A l'heure actuelle, l'enquête Eurochambres est la seule enquête réalisée au Luxembourg qui prenne en compte les prévisions de tous les secteurs d'activité de l'économie (à l'exception de l'agriculture, du secteur de la santé et des administrations publiques). En choisissant d'insérer une question supplémentaire à propos de l'utilisation du com-

NOTES

(1) L'association Eurochambres représente 34 organisations nationales de Chambres de commerce et d'industrie et regroupe 1300 Chambres de commerce et d'industrie locales. Elle représente quelque 14 millions d'entreprises en Europe. La mission de l'association, qui a son siège à Bruxelles, est de défendre les intérêts des milieux d'affaires européens et de promouvoir et de renforcer les relations et la collaboration entre les Chambres de commerce européennes (www.eurochambres.be).

(2) ILRES Market Research (www.ilres.com)



merce électronique dans les entreprises luxembourgeoises, la Chambre de Commerce peut mieux sonder le degré d'utilisation du commerce électronique dans le monde des entreprises au Luxembourg.

Les résultats de l'enquête 2005 peuvent être consultés sur le site de la Chambre de Commerce (www.cc.lu, volet luxembourgeois) et sur celui d'Eurochambres (www.eurochambres.be, volet européen).

■ L'environnement conjoncturel et les perspectives économiques pour 2005

Une amélioration généralisée mais toujours fragile de la conjoncture économique mondiale

La conjoncture mondiale poursuit son chemin ascendant et la reprise entamée dès la fin de l'année 2003 reste dynamique à une échelle mondiale. Ce dynamisme s'explique en grande partie par le fait que la croissance économique en Chine, dans les pays asiatiques émergents, en Amérique latine et en Russie est restée très dynamique au cours des derniers mois et les perspectives demeurent très favorables pour 2005. En Chine, des mesures visant à freiner l'activité

économique ont été mises en place par les autorités politiques et commencent à porter leurs fruits. Même si certains signes de ralentissement de l'économie chinoise apparaissent, il n'en demeure pas moins que la Chine et d'autres marchés émergents, comme l'Inde, vont fortement soutenir la demande mondiale au cours des prochains mois.

En Europe, l'activité économique s'est intensifiée en 2004, sous l'effet du dynamisme durable de la croissance et des échanges au niveau mondial³. La croissance économique devrait atteindre 2,1% dans la zone euro et 2,5% dans l'Union européenne. Consécutivement à l'envolée des prix du pétrole, les taux de croissance devraient ensuite fléchir quelque peu pour se stabiliser autour de 2% dans la zone euro et 2,3% dans l'UE en 2005, avant de se redresser à nouveau, atteignant 2,2% et 2,4% respectivement en 2006. Outre l'effet d'entraînement exercé par la demande mondiale, cette reprise reposerait principalement sur des politiques macro-économiques accommodantes, une inflation faible, des conditions de financement favorables, des marges bénéficiaires plus importantes ainsi que des progrès en matière de réformes structurelles.

Une amélioration de la conjoncture économique au Luxembourg qui peine à juguler le chômage et l'inflation

Les résultats des comptes nationaux, en particulier la croissance du PIB, ont été considérablement révisés à la hausse pour 2002 et 2003⁴.

La révision des comptes nationaux et les indicateurs conjoncturels les plus récents laissent entrevoir une année 2004 qui ne renouera pas avec les taux de croissance exceptionnels des années 1997 à 2000, mais qui se rapprochera du rythme de progression tendanciel des vingt dernières années (cf. tableau 1 ci-dessous).

L'emploi salarié connaît un saut depuis le mois de mars 2004. Même si le rythme de croissance de l'emploi (2,5% en rythme annuel) ne permet pas encore d'entrevoir une diminution du chômage, un ralentissement de la progression du chômage est envisageable.

Le secteur financier reprend de la vigueur. Il donne à l'issue du premier semestre 2004 de nombreux signaux positifs. Alors qu'en 2003 un certain redressement de certains indicateurs était perceptible, en 2004 les résultats des banques montrent enfin des résultats positifs. Parallèlement, l'emploi dans le secteur bancaire

Tableau 1: Principaux indicateurs de l'économie luxembourgeoise

	1985-2003	2003	2004 ²	2005 ²
		Taux de croissance en% (ou spécifié autrement)		
PIB à prix courants (en Mio EUR)	...	23.956	25.641	27.432
PIB en volume	5,6	2,9	4,2	4,2
Consommation finale des ménages et ISBLSM	3,8	1,6	2,0	2,9
Consommation finale des administrations publiques	5,1	5,0	3,2	2,5
Formation brute de cap. fixe (hors var. stocks)	7,6	-6,3	7,0	8,5
Exportations de biens et services	7,7	2,9	6,1	5,3
Importations de biens et services	7,2	-3,2	5,7	5,5
Emploi intérieur total ¹	3,4	1,8	2,4	2,5
Inflation (déflateur implicite de la consommation privée)	2,3	1,9	2,3	2,4
Coût salarial moyen ¹	4,0	2,1	3,3	3,1
Taux de chômage (chômage inscrit, en % de la population active)	...	3,7	4,2	4,2

Source: STATEC, ADEM, IGSS
¹ Etablis selon la méthodologie de la comptabilité nationale; ² Prévisions (octobre 2004).

NOTES

(3) Source: Commission Européenne, octobre 2004.

(4) Source: Note de conjoncture 2/2004, Statec, octobre 2004

Source: Statec, Note de Conjoncture 2/2004, octobre 2004

est reparti timidement à la hausse au deuxième trimestre, ce qui n'était plus arrivé depuis mi-2002.

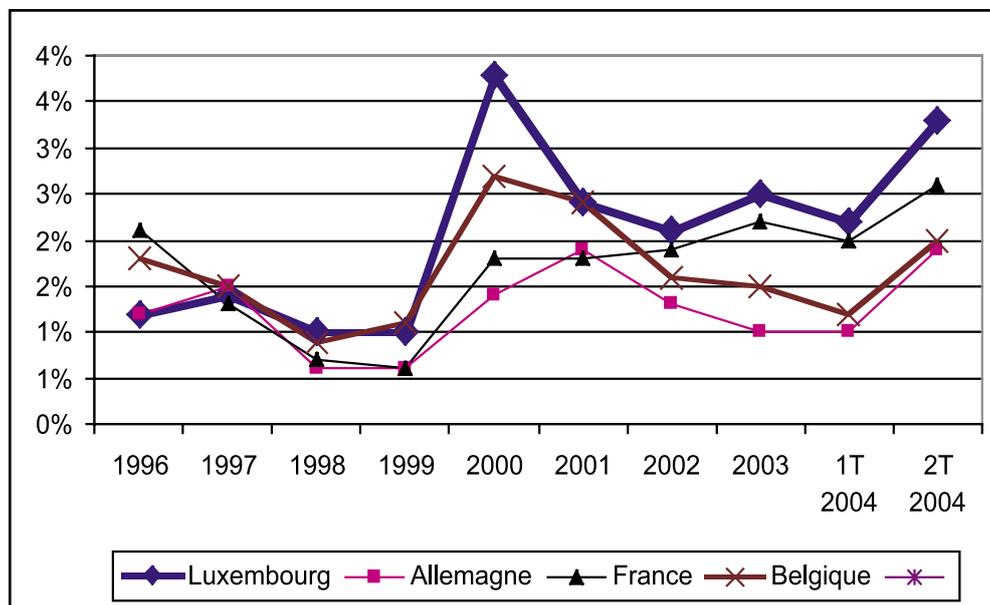
La remontée des indices boursiers au niveau international, souvent invoquée lorsqu'il s'agit d'expliquer l'amélioration de certains indicateurs concernant le secteur financier, semble en effet relativement synchrone avec les performances des banques de la place luxembourgeoise. Les revenus sur commissions, le patrimoine des OPC ou encore les encaissements de primes d'assurance vie bénéficient directement de la remontée des cours boursiers, ce qui aura à terme des retombées sur les autres secteurs de l'économie.

L'industrie semble connaître sur la première moitié de 2004 une croissance très forte: d'après les premières estimations, la production par jour ouvrable afficherait un rythme annuel de progression supérieur à 6%, soit un résultat historiquement élevé (la moyenne de 1996 à 2003 s'élève à environ 3%). L'optimisme est de mise pour la majorité des activités industrielles luxembourgeoises, mais l'année 2004 sera surtout marquée par les bonnes performances de l'industrie sidérurgique qui bénéficie d'une forte demande internationale pour ses produits.

Le moral des professionnels de la construction se redresse également, mais de manière relativement plus modérée que dans le cas de l'industrie. Cela s'explique notamment par la diminution des commandes de chantiers routiers pour le secteur du génie civil. Les chantiers publics ont, dans une certaine mesure, amoindri la baisse d'activité liée à la mauvaise conjoncture des milieux d'affaires.

D'autres secteurs avaient montré de bonnes performances en 2003. Le commerce avait été l'un des principaux contributeurs en termes de croissance économique, avec une progression en volume proche de 10%. C'est pourquoi la stagnation observée sur les premiers mois de 2004 ne peut pas être considérée comme décevante si l'on considère que les professionnels du commerce

Graphique 1: Evolution de l'inflation au Luxembourg et dans les pays voisins



Source: Statec, Note de Conjoncture 2/2004, octobre 2004

arrivent à maintenir le niveau d'activité à celui d'une année exceptionnelle comme 2003.

L'activité dans la branche immobilier, location et services aux entreprises se trouve un peu dans une situation similaire, avec un très bon premier semestre 2003 qui provoque un effet de base négatif sur le début de 2004, sans pour autant remettre en cause la tendance de croissance.

L'année 2004 sera par contre sans doute meilleure pour le transport aérien: le trafic passagers rebondit après une année déprimée et le transport de fret continue à progresser.

Enfin, l'inflation luxembourgeoise présente en 2004 un profil d'évolution comparable à celui de la zone euro, c'est-à-dire fortement marqué par la hausse des prix des produits pétroliers. Cependant, l'inflation luxembourgeoise croît à un rythme supérieur à celui de la moyenne européenne.

La flambée du prix du pétrole depuis le deuxième trimestre 2004 a suffi à entraîner à la hausse le niveau général des prix. Cela a produit un effet direct sur les salaires, qui ont été augmentés de 2,5% au

mois d'octobre en vertu de la nouvelle tranche indiciaire dont le niveau élevé des prix pétroliers a précipité l'échéance.

En outre, l'inflation au Luxembourg évolue depuis plusieurs années à un rythme supérieur que dans les pays voisins (cf. graphique 1 ci-dessus). Renforcée par l'effet d'auto-allumage dû à l'indexation automatique des salaires, cette évolution a des effets néfastes sur la compétitivité de l'économie luxembourgeoise.

L'évolution de la conjoncture en 2005 soumise à de nombreux risques

En 2005, la conjoncture mondiale risque d'être freinée par plusieurs obstacles susceptibles d'engendrer un ralentissement généralisé, alors que le dynamisme de la croissance a d'ores et déjà commencé à s'affaiblir au cours du 2^e semestre 2004 dans plusieurs régions. Les principaux risques économiques proviennent du niveau élevé des prix pétroliers, (même si ce facteur n'a jusqu'à présent pas constitué un frein majeur), de la remontée des taux d'intérêts, du ralentissement probable de l'économie chinoise, la faible améliora-



tion de l'emploi et des déficits budgétaires substantiels que connaissent la plupart des grandes économies mondiales.

Un autre risque est celui d'une reprise mondiale encore plus polarisée que prévu. Certains pays pourraient connaître une expansion trop rapide faute d'un resserrement suffisant de la politique économique, alors que d'autres seraient pris dans un cercle vicieux où activité déprimée et perte de confiance se renforceraient mutuellement. Ces divergences cumulatives aggraveraient à leur tour les déséquilibres de balance courante et les incertitudes financières.

En Europe continentale, la faible confiance des ménages alimente l'épargne de précaution et déprime la demande. L'embellie européenne pourrait être encore plus modeste que prévu. Selon l'OCDE, la reprise mondiale semble maintenant bien engagée, mais il faudra de meilleures politiques macroéconomiques et structurelles pour qu'elle se diffuse véritablement dans le monde entier et que les ménages retrouvent durablement la confiance. Beaucoup de pays, dont les plus grands, ne pourront rétablir cette confiance que s'ils prennent les mesures indispensables pour restaurer la viabilité à long terme de leurs finances publiques.

Le niveau élevé du cours de l'euro par rapport au dollar risque également de considérablement fragiliser l'économie européenne en 2005. De très fortes variations de l'euro rendent imprécises les prévisions de croissance économique pour l'année prochaine, sans pour autant remettre forcément en cause la tendance globale qui repose sur d'autres variables plus fondamentales.

Un euro renchérit pénalise les exportations européennes à destination des pays extra-européens (environ un tiers des exportations totales de l'Union européenne). En théorie, cette situation n'est pas souhaitable pour les pays de la zone dollar car ils paient plus cher les produits importés d'Europe. En pratique cepen-

dant, dans un contexte de déficits très élevés, un euro fort représente une aubaine pour les Etats-Unis.

Au niveau luxembourgeois, la hausse du PIB s'est accélérée en 2004 par rapport à 2003: le Statec prévoit une croissance du PIB de 4,2% en 2004 (en volume) et table sur un maintien du rythme d'expansion de l'activité en 2005 à plus de 4%.

Mais les facteurs de risque sont, pour le moment, très présents et affectent également l'économie luxembourgeoise. A cet égard, le ralentissement au niveau international, prévisible aux Etats-Unis et probable en Chine, la flambée récente des prix pétroliers et le manque de dynamisme intérieur dans la zone euro sont les facteurs de risque dominants.

En matière d'emploi, le Statec ne prévoit pas d'amélioration substantielle sur le marché du travail au cours des deux prochaines années. La croissance de l'emploi devrait se maintenir aux alentours de 2,5% et le chômage, sous certaines hypothèses, pourrait ne plus augmenter et se stabiliser autour de 4,3%. A l'heure actuelle, la conjoncture n'est toutefois pas encore suffisamment dynamique pour envisager une réelle diminution du chômage.

■ Les tendances générales de l'enquête Eurochambres 2005

Evolution économique en 2004: confirmation de l'amélioration conjoncturelle dans la plupart des secteurs

Lors de l'enquête Eurochambres 2004, les entreprises luxembourgeoises restaient relativement prudentes par rapport à l'évolution de la situation économique en 2004.

Finalement l'année 2004 a été une année plutôt bonne pour les entreprises luxembourgeoises: 41% d'entre elles ont vu leur chiffre d'affaires total augmenter au cours de cette année.

Pour la majorité des indicateurs, plusieurs balances (c'est-à-dire la différence entre le pourcentage de

réponses «en hausse» et le pourcentage de réponses «en baisse») se rapportant aux indicateurs de l'année écoulée sont en hausse. La balance du chiffre d'affaires total réalisé de l'année en cours est passé de 17% l'année dernière à 21%. Le climat des affaires s'est également amélioré, puisque la balance de cet indicateur s'est éloignée du niveau extrêmement bas atteint l'année dernière (-30%) pour atteindre -21%.

Cette amélioration en matière de chiffre d'affaires et de climat des affaires au cours de l'année 2004 n'a pourtant pas eu de répercussion en termes d'emploi et d'investissement. La balance de l'indicateur de l'emploi est resté stable: 10% cette année contre 11% l'année dernière. La balance de l'indicateur des investissements a peu évolué: 16% cette année contre 13% l'année dernière.

Perspectives en 2005: un optimisme prudent de la part des entreprises

Les entreprises font généralement preuve d'un certain optimisme en ce qui concerne l'évolution de la conjoncture économique en 2005.

Les balances concernant les indicateurs pour l'année 2005 à venir indiquent que les entreprises espèrent une année au moins aussi bonne que l'année 2004. Ceci est symptomatique de l'évolution de l'indicateur du climat des affaires au cours de l'année à venir qui cesse d'être négatif (-4% au cours de la dernière enquête Eurochambres) pour atteindre 0%.

De même, la balance du chiffre d'affaires total pour l'année à venir (29%) est en augmentation par rapport à l'année dernière (25%), ce qui semble confirmer que les entreprises tablent sur une amélioration de la reprise économique.

Cependant, l'évolution de la balance en matière de «chiffre d'affaire domestique» laisse entrevoir la persistance de certaines craintes, notamment quant à l'éventuel fléchissement de la demande intérieure: balance 22% dans l'enquête Euro-

Chaque jour de travail a une fin.
Quel dommage.



Opel. Des idées fraîches
pour de meilleures voitures.

Parce qu'il est important de travailler dans les meilleures conditions, Opel vous propose trois utilitaires: Combo, Vivaro et Movano. Aussi spacieux et ergonomiques que confortables, les utilitaires Opel s'adaptent au mieux à vos exigences professionnelles. De plus, les variantes disponibles sur certains véhicules vous garantissent la meilleure adaptation à vos besoins spécifiques. Venez découvrir notre gamme d'utilitaires. **Les utilitaires Opel. Roulez comme vous travaillez.**

 DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Consommation moyenne (L/100 km) / Emissions CO₂ (g/km): 5,1 - 10,3 / 138 - 272

www.opel.lu

Autopolis • Zone d'activités Bourmicht • 8070 Bertrange • T. 43 96 96-2100
Garage Werner Esch • 28, rue du Brill • 3898 Foetz • T. 55 20 30-1

chambres 2005 contre 32% lors de la précédente enquête. La balance de l'indicateur «chiffre d'affaires à l'exportation» pour l'année à venir demeure au même niveau que lors de la précédente enquête Eurochambres (23%).

De même, environ la moitié des entreprises considèrent que le climat des affaires ne s'améliorera pas l'année prochaine (49%) et que leur chiffre d'affaires demeurera constant (49%).

De manière générale, la poursuite de la reprise économique au cours de l'année 2005 ne semble pas pouvoir se répercuter sur l'emploi et l'investissement. La balance de l'évolution de l'emploi pour l'année à venir (4%) reste approximativement au même niveau que l'année dernière (3%). La balance de l'indicateur de l'investissement pour l'année à venir demeure à peu près constante (15%) par rapport à l'enquête précédente (12%).

Le commerce électronique: faible utilisation de ce moyen de communication par les entreprises

Les entreprises qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires par voie électronique demeurent largement minoritaires (16%). Par rapport à l'année dernière, la proportion des entreprises qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires par voie électronique a légèrement diminué (17%). Cette proportion avait été de 12,6% dans l'enquête 2003, de 15,6% dans l'enquête 2002 et de 10,7% dans l'enquête 2001.

La Chambre de Commerce constate que les entreprises qui utilisent le commerce électronique sont deux fois plus nombreuses dans le secteur des services (18%, avec une part plus grande parmi les entreprises travaillant dans le domaine de la médiation financière et autres activités de service) que dans le secteur industriel (10%).

Parmi ces entreprises extrêmement minoritaires, 37% utilisent l'Internet pour réaliser des opérations commerciales avec d'autres profes-

sionnels (B2B) et 31% utilisent l'Internet pour réaliser des opérations commerciales avec des consommateurs (B2C). Seules 32% de ces entreprises réalisent à la fois des opérations B2B et B2C.

Par contre, même si le commerce électronique demeure peu développé au Luxembourg, les entreprises qui ont développé des activités de vente en ligne semblent être particulièrement dynamiques. En effet, la grande majorité des entreprises qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires par voie électronique prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires réalisé par les moyens du commerce électronique (60%). Seulement 3% des entreprises qui commercialisent des biens ou des produits par voie électronique prévoient une baisse de leur chiffre d'affaires réalisé par les moyens du commerce électronique.

Cette prévision de hausse du chiffre d'affaires réalisé par voie électronique est présente dans le secteur industriel et dans le secteur des services: 62% des entreprises industrielles et 61% des prestataires de service prévoient une hausse de leur chiffre d'affaires réalisé par voie électronique en 2005.

■ L'évolution des différents indicateurs économiques

La réalisation de l'enquête Eurochambres repose sur l'analyse de plusieurs indicateurs portant sur le chiffre d'affaires (chiffre d'affaires total, chiffre d'affaires national et chiffre d'affaires à l'exportation), l'emploi, l'investissement et le climat des affaires.

Le chiffre d'affaires total: un optimisme teinté de prudence

Les résultats en matière de chiffre d'affaire total réalisé en 2004 dépassent les projections des chefs d'entreprise établies en 2003. En effet, lors de l'enquête Eurochambres 2004, 37% des entreprises se déclaraient optimistes quant à l'évolution de leur chiffre d'affaire total en 2004 par rapport à 2003. Les résultats de l'enquête

Eurochambres 2005 montrent que finalement 41% des entreprises ont enregistré une hausse de leur chiffre d'affaire en 2004.

Cette augmentation du chiffre d'affaire total est particulièrement sensible dans le secteur des services dans lequel 42% des entreprises estiment que leur chiffre d'affaire a augmenté en 2004 par rapport à 2003. Seules 36% des entreprises du secteur manufacturier partagent ce point de vue.

Il apparaît que les petites entreprises ont relativement peu profité de la reprise économique de 2004. Dans le secteur manufacturier, l'évolution positive du chiffre d'affaire total est très marquée pour les entreprises de plus de 100 salariés. En effet, selon les résultats obtenus, 100% des entreprises de 100 à 249 employés, 100% des entreprises de 250 à 499 employés et 100% des entreprises de 500 à 999 employés estiment que leur chiffre d'affaire a augmenté en 2004 par rapport à 2003. Au contraire, les entreprises manufacturières de 50 à 99 employés considèrent majoritairement que leur chiffre d'affaire total est globalement resté stable (67%). Pour les entreprises de 10 à 49 employés, les résultats sont particulièrement mitigés, puisque seules 33% d'entre elles estiment que leur chiffre d'affaire total a augmenté alors que 33% estiment que leur chiffre d'affaire total a baissé en 2004.

Les résultats de l'enquête Eurochambres 2005 dans le secteur des services confirment cette tendance: la reprise économique en 2004 a peu profité aux petites entreprises de prestation de service, puisque 47% des entreprises de 10 à 49 employés estiment que leur chiffre d'affaire total est resté stable en 2004 par rapport à 2003. Par contre, les entreprises de taille moyenne ont vu leur chiffre d'affaire augmenter: c'est le cas pour 43% des entreprises de 50 à 99 employés, de 75% des entreprises de 100 à 249 employés et de 50% des entreprises de 250 à 499 employés.

En ce qui concerne l'évolution de leur chiffre d'affaires en 2005, les entreprises font preuve à la fois d'optimisme et de prudence.

L'optimisme est présent dans les prévisions d'évolution de leur chiffre d'affaire total en 2005: 40% des entreprises prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires total en 2005 par rapport à 2004 alors que seulement 11% prévoient une diminution de leur chiffre d'affaires au cours de l'année prochaine. Les entreprises du secteur des services semblent légèrement plus optimistes (43% prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires total en 2005) que celles du secteur manufacturier (34% prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires en 2005).

L'évolution de la balance de l'indicateur de l'évolution du chiffre d'affaires en 2005 confirme que, du point de vue des entreprises, la reprise économique devrait se poursuivre en 2005: la balance de cet indicateur affiche +29% cette année alors que, lors de la précédente enquête, elle n'affichait que +25% (cf. graphique 3 ci-dessous).

Cependant, cet optimisme doit être nuancé. Presque la moitié des entreprises (49%) prévoient que leur chiffre d'affaires total demeurera stable en 2005 par rapport à 2004. Cette prudence est particulièrement présente dans le secteur manufacturier

dans lequel une majorité d'entreprises (53%) estiment que leur chiffre d'affaires total demeurera constant en 2005 par rapport à 2004, alors que 47% des prestataires de service sont du même avis. Cet optimisme hésitant découle sans doute des nombreuses incertitudes planant sur une poursuite de la reprise économique en 2005.

Le chiffre d'affaires national: un optimisme prudent face à l'évolution de la demande domestique

En ce qui concerne l'évolution des ventes à l'intérieur du pays, 41% des entreprises ont connu une hausse de cet indicateur en 2004 par rapport à 2003. La proportion d'entreprises qui ont vu leur chiffre d'affaires national augmenter est identique à la proportion d'entreprises qui ont vu leur chiffre d'affaires total augmenter (41% dans les deux cas). Ceci illustre parfaitement le fait que la reprise économique en 2004 n'est pas uniquement due à la demande internationale, mais repose également sur une demande domestique soutenue.

La balance de cet indicateur dans le cadre de l'enquête Eurochambres 2005 est en nette augmentation (23%) par rapport aux résultats obtenus lors des enquêtes précédentes (15% lors de l'enquête Eurocham-

bres 2004 et 16% lors de l'enquête Eurochambres 2003).

Ces chiffres confirment la reprise économique constatée par le STAT-TEC. Cette reprise semble avoir profité en 2004 à l'ensemble des secteurs économiques, qui ont notamment vu leurs ventes sur le marché national augmenter.

En ce qui concerne les attentes des entreprises pour l'année 2005, la Chambre de Commerce constate un certain optimisme de la part des entreprises. En effet, 34% des entreprises prévoient une hausse de leur chiffre d'affaires national en 2005 par rapport à 2004. Cette proportion est inférieure à la proportion des entreprises qui prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires total en 2005 par rapport à 2004 (40%).

Les prévisions d'évolution du chiffre d'affaires national semblent meilleures dans le secteur des services (38% prévoient une hausse de leur chiffre d'affaires national en 2005 par rapport à 2004) que dans le secteur manufacturier (26% prévoient une hausse de leur chiffre d'affaires national en 2005 par rapport à 2004).

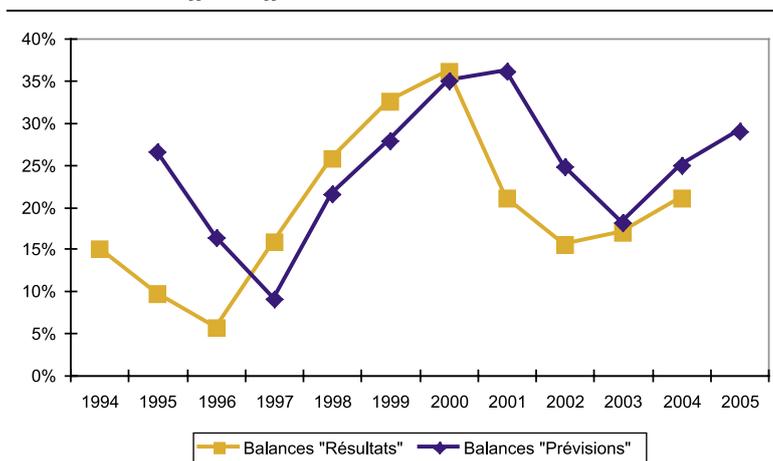
La majorité des entreprises (54%) restent cependant prudentes et estiment que leur chiffre d'affaires national demeurera constant en 2005 par rapport à 2004. Cette tendance se retrouve aussi bien dans le secteur manufacturier (60%) que dans le secteur des services (52%).

Les ventes à l'exportation: des incertitudes pèsent sur l'évolution de la demande internationale

Une part importante des entreprises ont enregistré une augmentation de leurs ventes à l'exportation en 2004 par rapport à 2003 (41%), ce qui confirme que les entreprises luxembourgeoises ont largement profité de l'augmentation de la demande internationale en 2004.

Celle-ci a profité aussi bien aux entreprises industrielles qu'aux prestataires de service: 38% des entreprises industrielles et 43% des presta-

Graphique 2: Evolution des balances de l'indicateur «Chiffre d'affaires total»



taires de services ont vu leurs ventes à l'exportation augmenter en 2004 par rapport à 2003. L'écart entre les entreprises industrielles et les prestataires de services semble se resserrer puisque, l'année dernière, seulement 35% des entreprises industrielles avaient constatées une augmentation de leurs ventes à l'exportation en 2003 par rapport à 2002, alors que c'était le cas pour 48% des prestataires de services.

Cette tendance semble être confirmée par le fait que la part des entreprises ayant enregistré une chute de la valeur de leurs exportations est également en train de se resserrer, puisque 28% des entreprises industrielles et 24% des prestataires de service ont vu leurs ventes à l'exportation diminuer en 2004 par rapport à 2003. L'année précédente, la proportion des entreprises industrielles qui avaient vu leurs exportations diminuer en 2003 par rapport à 2002 (34%) était deux fois plus élevée que la proportion de prestataires de services (17%).

En ce qui concerne les perspectives pour 2005, la moitié des entreprises (50%) s'attendent à une stabilité de leur chiffre d'affaires à l'exportation, alors que seulement 36% des entreprises tablent sur une hausse de cet indicateur. Les prestataires de services (balance: 28%) sont sensiblement plus optimistes que les entreprises industrielles (balance: 10%) en ce qui concerne la vigueur de demande internationale au cours de l'année prochaine.

La Chambre de Commerce constate une très grande similitude des perspectives des entreprises pour 2005. Les balances afférentes sont approximativement les mêmes pour les ventes nationales (balance: 22%) que pour les exportations (balance: 23%). Cette similitude se retrouve aussi bien au niveau des entreprises industrielles (balance pour les ventes nationales: 12%, balance pour les ventes à l'exportation: 10%) qu'au niveau des prestataires de services (balance pour les ventes nationa-

les: 27%, balance pour les ventes à l'exportation: 28%).

Ces résultats confirment que les entreprises luxembourgeoises sont conscientes des risques qui pèsent aussi bien sur les perspectives de croissance au niveau national qu'au niveau international.

L'emploi: une reprise économique sans effet positif sur le marché du travail

Le marché luxembourgeois du travail présente une importante particularité: la demande de travail luxembourgeoise est confrontée à une offre importante provenant des régions frontalières. Les travailleurs frontaliers non résidents occupent environ 38% de l'emploi national.

De 2001 à 2003, on constate une tendance générale au ralentissement des créations d'emplois, même si cette évolution est très hétérogène selon les branches d'activité. Parallèlement, le nombre de demandeurs d'emploi a augmenté considérablement passant de 4.927 en moyenne en 2001 à plus de 8.000 en 2004. Fin 2004, le taux de chômage a cessé d'augmenter pour se stabiliser autour de 4,2%.

Une récente étude confirme qu'un taux de croissance d'environ 5% en volume serait nécessaire pour réduire le chômage au Luxembourg, toutes choses égales par ailleurs. L'évolution du chômage demeure peu influencée par la reprise économique. De ce point de vue, le Luxembourg diffère peu des pays voisins.

En 2004, la moitié des entreprises (50%) ont conservé leurs effectifs à un niveau constant. 30% des entreprises ont augmenté leurs effectifs au cours de l'année 2004 par rapport à 2003. La proportion des entreprises qui ont effectivement été obligées de réduire leurs effectifs au cours de l'année 2004 par rapport à 2003 (20%) est plus élevée que la proportion d'entreprises qui prévoyaient, lors de la précédente enquête Eurochambres, une baisse de leurs effectifs pour l'année 2004 (17%).

La dégradation du marché du travail a davantage touché les entreprises industrielles que les prestataires de services: 24% des entreprises du secteur manufacturier et 18% des prestataires de services ont été obligés de réduire leurs effectifs au cours de l'année 2004 par rapport à 2003.

Les résultats de l'enquête Eurochambres confirment la stabilisation de la situation du marché de l'emploi observée par le Stater. La balance «résultat» de l'emploi en 2004 semble confirmer une certaine stabilisation du marché de l'emploi: +10% en 2004 et +11% en 2003.

En 2005, la grande majorité des entreprises ne prévoient pas d'effectuer de nombreux recrutements: 70% des entreprises prévoient de garder stable leurs effectifs.

Les résultats de l'enquête Eurochambres confirment qu'aucune amélioration de la situation de l'emploi n'est à espérer en 2005. En effet, aucune amélioration du marché de l'emploi ne semble se dessiner: seules 17% des entreprises prévoient d'augmenter leurs effectifs en 2005 par rapport à 2004 (21% dans le secteur des services et seulement 11% dans le secteur industriel). Dans le même temps, aucune dégradation ne semble poindre à l'horizon, puisque seulement 13% des entreprises prévoient une diminution de leurs effectifs en 2005 (11% dans le secteur des services et seulement 16% dans le secteur industriel).

L'examen de la balance des prévisions de l'indicateur «Emploi» depuis 2003 confirme une relative stabilisation de l'emploi à un niveau historiquement bas: +3,1% en 2003, +3% en 2004 et +4% en 2005 (cf. graphique 4).

L'investissement: un indicateur hautement volatil

Par le passé, les résultats concernant l'investissement avaient été favorables au Luxembourg. Les entreprises avaient continuellement adapté et modernisé leur capital phy-



Plus de succès

pour vos importations et exportations avec les Etats-Unis.

DHL est votre partenaire logistique idéal, quel que soit votre envoi. Pour vos importations et exportations en provenance et à destination des Etats-Unis, DHL vous propose une large gamme de services qui couvre chaque étape de la chaîne logistique. Qu'il s'agisse de documents, de colis, à envoyer par fret aérien ou maritime, DHL est la seule escale pour tous vos besoins logistiques. Nous prenons en charge votre cargaison, passons les douanes en douceur et l'amenons à destination sans le moindre détour. Pour plus d'informations sur le chemin le plus simple pour gagner les Etats-Unis, surfez sur www.dhl.lu

sique afin de satisfaire une demande croissante et en vue d'accroître leur productivité.

Il est à relever que l'investissement est un indicateur hautement volatile dans une petite économie comme celle du Luxembourg. Tout comme l'emploi, l'investissement est par ailleurs un indicateur fort sensible à l'aversion au risque des opérateurs économiques, lequel dépend de l'évolution économique antici-

pières, ces dépenses ont baissé, alors que 20% des secondes ont diminué leurs investissements.

Compte tenu de l'incertitude ambiante, une majorité des entreprises (61%) ont l'intention de maintenir en 2004 leurs dépenses d'investissement au même niveau qu'en 2003. Dans la présente enquête Eurochambres, les perspectives d'évolution des dépenses d'investissements restent quasiment identiques à cel-

en plus d'entreprises vont probablement concrétiser leurs dépenses d'investissement si la reprise économique se confirme en 2005.

Le climat des affaires: un optimisme hésitant

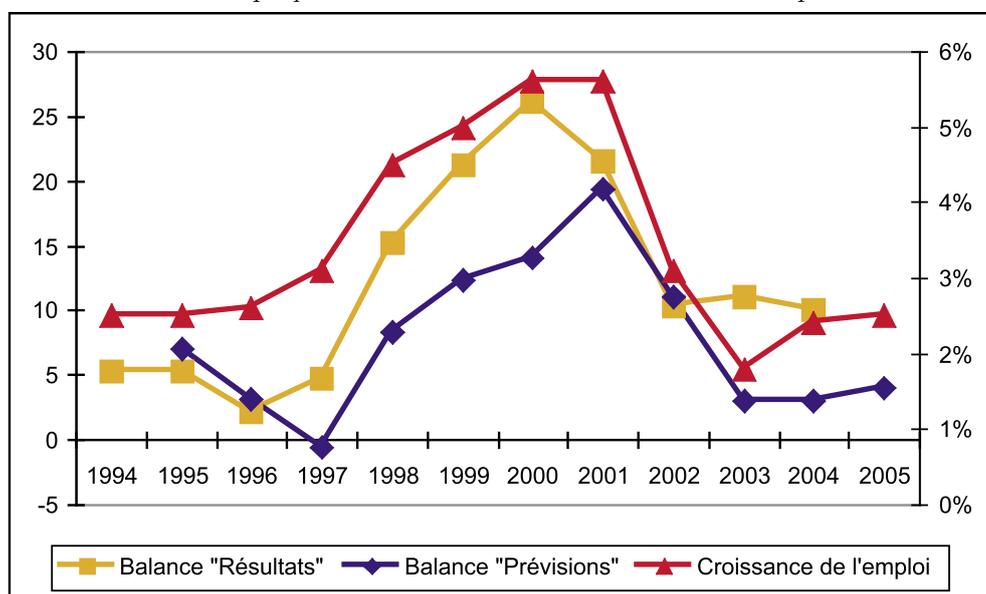
L'activité économique a été positivement affectée par la reprise économique généralisée et soutenue par l'augmentation de la demande internationale. Avec un taux de croissance de 4,2% en 2004 après une performance de 2,9% en 2003, le taux de croissance du PIB retrouve des niveaux proches de leur potentiel de croissance à long terme et dépasse les performances des pays voisins. Cependant, l'enquête Eurochambres ne confirme que partiellement cette reprise, puisque seulement 17% des entreprises considèrent que le climat économique a favorablement influencé leurs activités en 2004.

Au contraire, 38% considèrent que le climat des affaires a eu une influence négative sur leur situation en 2004.

La balance «climat des affaires» s'est légèrement redressée (balance: -21%) par rapport au niveau atteint lors de la précédente enquête (-30%). Le niveau atteint lors de l'enquête Eurochambres 2004 (balance: -30%) était le niveau le plus bas dans l'histoire de l'enquête Eurochambres. La balance dans l'enquête 2005 est de -21% pour les entreprises de services et de -23% pour les entreprises manufacturières, ce qui souligne la confiance toujours réservée des entreprises luxembourgeoises.

Pour 2005, les prévisions du taux de croissance pour 2005 tablent sur 4,2%. L'enquête Eurochambres 2005 confirme que l'indicateur relatif au climat des affaires va se redresser: 25% des entreprises estiment que le climat des affaires en 2005 sera meilleur qu'en 2004 (29% des prestataires de services et 16% des entreprises industrielles). Mais dans l'ensemble, cet optimisme reste hésitant: environ la moitié des entreprises (49%) estiment que le climat des

Graphique 3: Evolution des balances de l'indicateur «Emploi»



pée et de la confiance des entrepreneurs.

Selon l'enquête Eurochambres 2005, les dépenses d'investissement des entreprises luxembourgeoises en 2004 ont globalement évolué plus favorablement que ne le laissait entrevoir les prévisions réalisées pour 2004 lors de la précédente enquête Eurochambres. Cette évolution est facilement observable à travers l'évolution des balances en matière de dépenses d'investissements pour 2004: alors que la balance des prévisions indiquait +12%, la balance des investissements effectivement réalisés indique +16%.

Au cours de l'année 2004, les dépenses d'investissements ont augmenté pour 35% des entreprises de services et pour 29% des entreprises manufacturières. Pour 16% des pre-

les de l'enquête précédente, puisque l'année dernière, 60% des entreprises prévoient de maintenir leurs dépenses d'investissement à un niveau constant.

Il convient cependant de signaler que les prévisions en matière de dépenses d'investissement en 2005 demeurent sensiblement plus optimistes pour les entreprises de services (balance: 17% lors de la présente enquête). Parallèlement, davantage d'entreprises industrielles prévoient d'augmenter leurs dépenses d'investissement en 2005 (balance: 9% lors de l'enquête Eurochambres 2005 au lieu de seulement 2% lors de l'enquête précédente).

La majorité des dirigeants d'entreprise ont interrompu momentanément ou décalé dans le temps leurs plans d'investissement. Mais de plus



Citroën, Star de l'utilitaire.

Et des offres à faire hurler les fans.



JUMPER à pd **12.088€⁽¹⁾** HTVA
soit **24% de remise**

- Volume: de 7,5 m³ à 14 m³ • Charge utile: jusqu'à 1.490 kg
- 3 hauteurs et 3 longueurs



Berlingo à pd **7.595€⁽¹⁾** HTVA
soit **22% de remise**

- Volume: 3 m³
- Charge utile: 600 ou 800 kg



Jumpy à pd **10.433€⁽¹⁾** HTVA
soit **23% de remise**

- 2 volumes: 4 m³ et 5 m³ • Charge utile: jusqu'à 900 kg
- 2 longueurs d'empattement: 2m82 et 3m22

(1) Offre Fleet réservée aux sociétés. Prix HTVA (hors frais de contrôle technique et d'immatriculation) toutes promotions déduites. Remises calculées sur base du prix catalogue au 01/12/04 et valable à l'achat d'un véhicule utilitaire neuf commandé en décembre 2004 hors véhicules transformés et hors offres Easy Pack. Offre non cumulable avec les autres promotions en cours. Offres Fleet valables dans la limite des stocks disponibles et dans tous les points de vente participant à l'opération. Document non-contractuel.



En plus pour vous, une prime de recyclage "Green Act" de 413€ HTVA sur les Jumpy et Jumper et de 826€ HTVA sur les Berlingo VU sera déduite à l'achat d'un véhicule utilitaire neuf. Le véhicule doit être complet et immatriculé depuis au moins 6 mois au nom du dernier propriétaire.

Plus d'informations? Appelez Etoile Garage: 40 22 66 315. Garage Autopol: 81 18 65 1.



DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

CITROËN préfère TOTAL

www.citroenfleet.be



CITROËN

Staff



Mir bauen zesammen

everest.lu

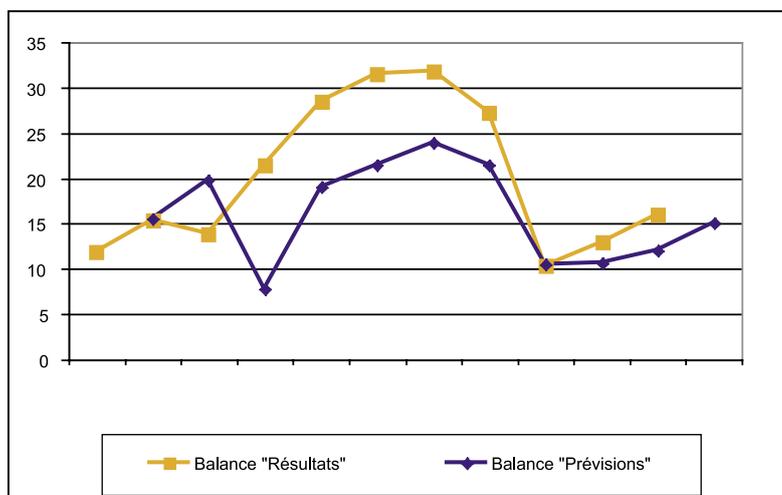
Staff

Rue de la Libération, 37
L - 4210 Esch-sur-Alzette

Tél. (+352) 26 53 39 - 1
Fax (+352) 26 53 39 - 99

contact@staff.lu • **www.staff.lu**

Graphique 4: Evolution des balances de l'indicateur «investissements»



affaires demeurera constant en 2005 par rapport à 2004 (53% des entreprises industrielles et 48% des prestataires de services).

La Chambre de Commerce constate que la confiance des entrepreneurs luxembourgeois pour les 12 prochains mois s'est également redressée par rapport à l'année dernière, tout en restant à un niveau très faible (balance: 0%). Environ la moitié des entrepreneurs estiment que l'environnement économique général restera stable en 2005 (49%).

Les perspectives sont plus favorables pour les prestataires de services (balance: 6%) que pour les entre-

prises industrielles (balance: -15%). Parmi ces dernières, 31% redoutent une détérioration du climat des affaires en 2005.

■ Méthodologie

Un panel de 600 entreprises, de 10 salariés et plus, avait participé à l'enquête Eurochambres 2004. Le panel a été complété afin d'obtenir un panel de départ de 1.024 entreprises⁵. Les 424 entreprises ajoutées cette année, l'ont été avec l'aide du STATEC, selon un tirage aléatoire répondant aux critères d'inclusion à l'étude. Ainsi, le panel nouvellement constitué est représentatif en

quantité et en qualité au regard des caractéristiques imposées par Eurochambres.

Le panel inclut des entreprises du secteur industriel et manufacturier et des entreprises du secteur des services. Chacun de ces secteurs est subdivisé respectivement en 4 et 3 domaines d'activité. L'appartenance à un secteur d'activité a été établie selon le code Nace-Rev⁶. Pour chacun de ces domaines, la représentativité selon la taille de l'effectif a été respectée.

791 entreprises sur un panel de 1.024 ont finalement participé à l'enquête; 43 entreprises ont déclaré un effectif inférieur à 10 personnes, dont 13 dans le secteur industriel manufacturier et 30 dans le secteur des services. Les réponses de ces entreprises n'ont donc pas été retenues dans l'enquête.

Les personnes intéressées peuvent commander le dossier complet des résultats auprès du Département Economique de la Chambre de Commerce (tél.: 42 39 39 - 350, e-mail: eco@cc.lu).

NOTES

(5) Il ne s'agit pas d'un échantillon mais d'un panel: les entreprises sollicitées pour cette étude sont recrutées selon leur appartenance à un domaine d'activité et la taille de leur effectif. Ainsi, l'ensemble qu'elles forment constitue, à priori, un ensemble représentatif de la population cible. Une partie d'entre elles participe à cette étude annuelle depuis 10 ans.

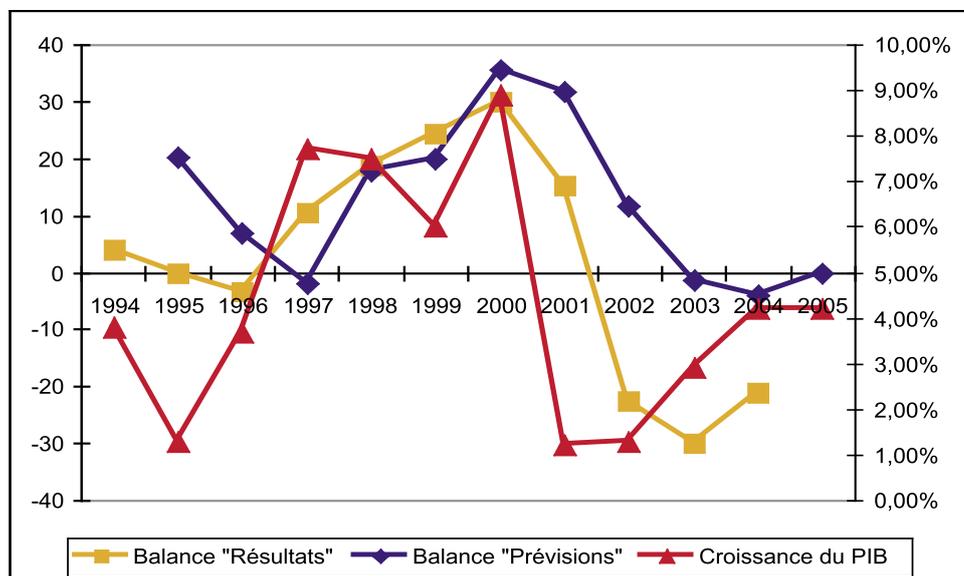
(6) Domaines d'activité des entreprises du secteur industriel et manufacturier: Fabrication de produits métalliques, de machines et de matériel de transport; Autres industries manufacturières; Construction; Autres (exploitations minières, carrières et électricité, gaz et eau).

Domaines d'activité des entreprises du secteur des services: Ventes en gros et détail, réparations, hôtels et restaurants; Transports, entreposage et communications; Médiation financière et activités auxiliaires, autres activités de services.

Sont exclues du panel: les entreprises des secteurs de l'agriculture, de la chasse et de la sylviculture, les ASBL et les entreprises dont l'effectif est inférieur à 10 au moment de la constitution du panel.

Tailles des effectifs des entreprises: 10 à 49 salariés, 50 à 99 salariés, 100 à 249 salariés, 250 à 499 salariés, 500 à 999 salariés, 1.000 salariés et plus.

Graphique 5: Evolution des balances de l'indicateur «Climat des affaires»



Messen und Ausstellungen

im Januar 2005

HORECAVA

Fachmesse für das Hotel- und Gaststättengewerbe

10. – 13.01.2005

Amsterdam (NL)

Tel.: 0031 20 549 12 12

PROMAT

Internationale Fachmesse für Materialhandhabung

10. – 13.01.2005

Chicago (USA)

Tel.: 001 704 676 11 90

WESTPACK

Verpackungsmesse

10. – 12.01.2005

Anaheim (USA)

Tel.: 001 310 445 42 00

INFRATECH

Fachmesse und Kongress für den Grund-, Wasser-, Straßen- und Tiefbau

11. – 14.01.2005

Rotterdam (NL)

Tel.: 0031 10 293 33 00

HEIMTEXTIL

Internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien

12. – 15.01.2005

Frankfurt/Main (D)

Tel.: 0049 69 757 50

SDM

Internationale Möbelmesse

12. – 17.01.2005

Paris (F)

Tel.: 0033 1 40 76 45 00

SIVAL

Fachmesse für die Weinbauwirtschaft

12. – 14.01.2005

Angers (F)

Tel.: 0033 2 41 93 40 40

INTERGIFT

Internationale Geschenkartikelmesse

13. – 17.01.2005

Madrid (E)

Tel.: 0034 91 722 50 00

VAKANZ

Tourismus und Freizeit Messe

14. – 16.01.2005

Luxemburg (L)

Tel.: 43 99 1

BOOT

Internationale Bootsausstellung

15. – 23.01.2005

Düsseldorf (D)

Tel.: 0049 211 45 60 01

DOMOTEX

Weltmesse für Teppiche und Bodenbeläge

15. – 18.01.2005

Hannover (D)

Tel.: 0049 511 890

VICENZAORO 1

Internationale Ausstellung für Gold- und Silberwaren, Juwelen und Uhren

16. – 23.01.2005

Vicenza (I)

Tel.: 0039 0444 96 91 11

IMM COLOGNE

Internationale Möbelmesse

17. – 23.01.2005

Köln (D)

Tel.: 0049 221 82 10

BAU

Internationale Fachmesse für Baustoffe, Bausysteme, Bauernuerungen

17. – 22.01.2005

München (D)

Tel.: 0049 89 94 91 16 28

5 novembre 2004

La Lettonie, la Lituanie et l'Estonie

se présentent aux entreprises luxembourgeoises

Le 5 novembre 2004, la Chambre de Commerce a organisé en collaboration avec le «Baltisches Informationsbüro Rheinland-Pfalz» une Journée sur les Etats Baltes.

Remplies d'atouts, la Lettonie, la Lituanie et l'Estonie se démarquent par leur forte croissance économique, leur extraordinaire dynamisme économique et des politiques de modernisation extensive. Lors de la Journée, les différents orateurs ont présenté la situation économique, les possibilités d'investissements ainsi que les nouvelles opportunités de marché qui s'y présentent après l'adhésion des trois pays à l'Union européenne.

Les participants à la Journée ont reçu de nombreuses informations sur les trois pays. Bien que les trois pays soient souvent considérés comme un seul marché, il existe des différences non négligeables entre l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie.

L'Estonie a mis en évidence son infrastructure très avancée des télécommunications et des technologies informatiques, même en comparaison avec la majorité des pays de l'Europe occidentale. Les orateurs estoniens ont également souligné que le taux sur les impôts de société en ce qui concerne les revenus réinvestis est de 0%. De plus, le FDI par capita en Estonie (2003) est le plus élevé des nouveaux Etats Membres.

La Lettonie connaît beaucoup de secteurs économiques attractifs et prometteurs, tels que:

- Construction des machines et transformation des métaux;
- Electronique et ingénierie électrique;
- Industrie chimique, biotechnologique et pharmaceutique;
- Bois;
- Transit et logistique;
- Industrie alimentaire;
- Textile.

Les représentants de la Lituanie ont indiqué que la croissance réelle du PIB est de 9,7% (2003), le taux le plus élevé de tous les nouveaux Etats Membres de l'Union européenne. La production de la plupart des secteurs économiques lituaniens est destinée à l'exportation. Surtout les secteurs du cuir, du bois, des machines électriques, des meubles, du textile et des équipements de transport exportent la majorité de leur production. La Lituanie a, selon une étude d'Eurostat, la population la plus éduquée d'Europe. En ce qui concerne la création d'une entreprise, un rapport de la Banque Mondiale montre qu'en Lituanie les délais sont les plus courts et les coûts les moins élevés.

Pour donner une suite aux premières informations reçues lors de la Journée sur les Etats Baltes du 5 novembre 2004, le Département International de la Chambre de Commerce envisage d'organiser une mission économique dans les Etats Baltes du 8 au 13 mai 2005. En cas d'intérêt de votre part, nous vous invitons à nous contacter dès aujourd'hui.

- Technologies d'information;

8-12 novembre 2004

Journées de **Promotion** **Luxembourgeoise en Chine**



Une douzaine d'entreprises luxembourgeoises, sous la conduite de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, ont accompagné le Premier Ministre Jean-Claude Juncker et le Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur, Jeannot Krecké, pour une visite de travail de 5 jours en République Populaire de Chine.

La première étape de la visite était Shanghai, une ville en plein essor économique et démographique. Près de 75% des échanges com-

merciaux entre la Chine et Luxembourg ont ou bien leur origine ou bien leur destination finale dans la région de Shanghai. Ceci explique l'attrait majeur de cette ville pour les investisseurs luxembourgeois. En effet pas moins que 4 sociétés luxembourgeoises ont un site de production ou un bureau de représentation à Shanghai. En présence de toute la délégation luxembourgeoise, le dernier investissement luxembourgeois, à savoir une ligne de production issue de la Joint-Venture entre Arcelor et Baosteel, le plus grand producteur sidérurgique chinois, fut inauguré.

A HongKong, deuxième étape de la visite, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg avait organisé un petit-déjeuner d'affaires pour promouvoir la place financière luxembourgeoise. Le Ministre de l'Economie y a présenté le Luxembourg comme porte d'entrée pour les investisseurs asiatiques. M. Lucien Thiel, Vice-Prési-



dent de Profil et M. Yves Mersch, Président de la Banque Centrale présentaient le Luxembourg comme «Gateway to Euroland».

Troisième et dernière étape de la visite était la capitale Beijing où le chef du gouvernement luxembourgeois était reçu par son homologue chinois Wen Jiabao au Grand Palais du Peuple. La délégation commerciale avait la possibilité de rencontrer des partenaires locaux lors d'une réunion de travail auprès du CCPIT (China Council for the Promotion of International Trade).

11 novembre 2004

Journée d'Affaires **sur la République tchèque**

La République tchèque est pour le Grand-Duché de Luxembourg un des nouveaux Etats Membres les plus intéressants. En analysant les chiffres du commerce extérieur entre les deux pays, il peut être constaté que dans les 10 dernières années les exportations du Luxembourg à destination de la République tchèque ont conti-

nuellement augmenté, de presque 11 millions d'euro en 1994 à plus que 76 millions d'euros en 2003. La même tendance peut être observée chez les importations (4 millions d'euros en 1994 – 63 millions d'euros en 2003). Les relations économiques et commerciales ne se caractérisent pas seulement par un niveau élevé d'importations et d'exportations, mais

également par des investissements luxembourgeois en République tchèque. Les plus importants investisseurs luxembourgeois travaillent dans les secteurs de la construction, de l'automobile, du plastique et de l'électronique.

Vu l'importance des relations économiques entre le Grand-Duché de Luxembourg et la République tchè-

Messen und Ausstellungen

im Januar 2005

SIG PRO

Internationale Messe für Wintersportartikel und Mode

17. – 19.01.2005

Grenoble (F)

Tel.: 0033 4 76 39 66 00

INTERNEPCON

Internationale Fachmesse für Elektrotechnik und Elektronik

19. – 21.01.2005

Tokyo (J)

Tel.: 0081 3 33 49 85 01

INTERNATIONALE GRÜNE WOCHEN

Messe für Ernährungswirtschaft, Landwirtschaft und Gartenbau

21. – 30.01.2005

Berlin (D)

Tel.: 0049 30 303 80

SIRHA

Internationale Fachmesse für Catering, Hotel und Lebensmittel

22. – 26.01.2005

Lyon (D)

Tel.: 0033 4 722 32 73

TEXTILHOGAR

Internationale Messe für Heimtextilien und Dekorationsstoffe

22. – 25.01.2005

Valencia (E)

Tel.: 0034 963 86 11 00

JA

Internationale Schmuckmesse

23. – 25.01.2005

New York (USA)

Tel.: 001 646 654 50 00

BUDMA

Internationale Baumesse

25. – 28.01.2005

Posen (PL)

Tel.: 0048 61 869 20 00

PAPERWORLD

Internationale Messe für Büroausstattung und Bürobedarf

26. – 30.01.2005

Frankfurt/Main (D)

Tel.: 0049 69 75 75 62 00

CHRISTMASWORLD

Internationale Fachmesse für Festartikel, Feuerwerksartikel, Beleuchtungstechnik, Kunstblumen und Weihnachtsartikel

26. – 30.01.2005

Frankfurt/Main (D)

Tel.: 0049 69 75 75 60 03

BEAUTY WEEK MIT BEAUTYWORLD, LIFE-TIME, PASSIONE UND COSMETICA

Internationale Fachmesse für Kosmetik

26. – 30.01.2005

Frankfurt/Main (D)

Tel.: 0049 69 75 75 0

TISSU PREMIER

Europäische Stoffpremiere

26. – 27.01.2005

Lille (F)

Tel.: 0033 1 47 56 32 32

FITUR

Internationale Tourismusmesse

26. – 30.01.2005

Madrid (E)

Tel.: 0034 91 722 50 00

que, la Chambre de Commerce a organisé depuis 2001 plusieurs actions relatives à ce pays, dont notamment un «Business Club» mis en place par l'Euro Info Centre-Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce en 2002/2003 dans le cadre de la campagne promotionnelle sur les opportunités offertes par l'élargissement de l'Union européenne. Comme suite logique à ce club, le Département International – Affaires Européennes de la Chambre de Commerce a organisé le 11 novembre 2004 un forum d'affaires sur la République tchèque. Il a permis aux entreprises luxembourgeoises intéressées d'alimenter, voire d'approfondir, leurs relations commerciales avec des entreprises ainsi que des représentants des milieux économiques et professionnels du monde des affaires tchèque. Le Forum a été organisé en collaboration avec l'Ambassade de la Tchéquie au Luxembourg, l'Ambassade du Grand-Duché de Luxembourg à

Prague et avec la Chambre de Commerce Belgo-luxembourgeoise en République tchèque. Au cours de la matinée des présentations sur la situation économique actuelle en Tchéquie avec ses possibilités d'investissement ainsi que ses nouvelles opportunités de marché ont été réalisées par différents orateurs.

Lors de l'après-midi une bourse de contacts a favorisé les rencontres entre les entreprises luxembourgeoises et celles de provenance de la République tchèque. Plus de 30 entreprises luxembourgeoises ont saisi l'opportunité de rencontrer des membres de la délégation tchèque lors de rendez-vous individuels. Au total, plus de 80 rendez-vous commerciaux ont eu lieu.

La Chambre de Commerce continuera à aider les entreprises luxembourgeoises à entrer sur le marché tchèque. Une mission économique est prévue pour le deuxième semestre de l'année 2005.

Pour de plus amples informations sur la République tchèque, nous vous remercions de bien vouloir contacter le Département International – Affaires Européennes de la Chambre de Commerce. (Tél.: 42 39 39-360 – Fax: 43 83 26 – E-mail: europe@cc.lu).

18 novembre 2004

La Serbie-Monténégro: un nouveau marché en pleine expansion

Le 18 novembre 2004, la Chambre de Commerce a accueilli lors d'un forum d'affaires une délégation officielle de Serbie-Monténégro composée de représentants officiels ainsi que d'hommes d'affaires. La délégation a été conduite par Monsieur Pregrag IVANOVIC, Ministre des Relations Economiques et Internationales de Serbie et Monténégro.

Le forum d'affaires avait pour but de mieux faire connaître aux chefs d'entreprise luxembourgeois la situation économique de la Serbie-Monténégro actuelle. Le programme de la journée s'est composé dans la matinée des exposés sur les récents développements économiques dans ce nouvel Etat créé en février 2003, le climat et les opportunités d'investissement, le cadre juridique et les résul-

tats du processus de privatisation, la législation relative aux banques et à d'autres institutions financières ainsi que la loi relative aux devises étrangères, le programme de soutien au développement des PME et la présentation de projets touristiques.

Au cours des dernières années, les pays des Balkans se sont métamorphosés énormément au niveau économique, politique et social. La Slovénie est déjà devenue un Etat Membre de l'UE et la Croatie est actuellement un pays candidat officiel. La Serbie-Monténégro est également orientée vers l'Union européenne et prévoit de poser sa candidature dans l'avenir.

Pour l'instant, la Serbie-Monténégro est encore en plein développement. Elle offre beaucoup d'opportunités tant dans le domaine de l'importation que de l'exportation. De plus, les investissements étrangers sont promus, par exemple, dans le domaine du développement des infrastructures.

Pour stimuler les relations commerciales entre le Luxembourg et la Serbie-Monténégro, la Chambre de Commerce a organisé dans le cadre du forum d'affaires du 18 novembre une bourse de contacts au cours de l'après-midi. Cette bourse de contacts a donné la possibilité aux entreprises luxembourgeoises de rencontrer des

entreprises serbo-monténégrines de leur choix. ■

Pour de plus amples informations sur la Serbie-Monténégro ou d'autres pays des Balkans, nous vous remercions de bien vouloir contacter le Département International – Affaires Européennes de la Chambre de Commerce.
(Tél.: 42 39 39 – 360
– Fax: 43 83 26
– E-mail: europe@cc.lu).

19-25 novembre 2004

Le Luxembourg rencontre le Moyen-Orient

La Chambre de Commerce a récemment organisé, en collaboration avec le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, une semaine de promotion économique dans les pays du Golfe. Les destinations de l'importante délégation luxembourgeoise ont été Dubaï (du 19 au 21 novembre), Doha (du 22 au 23 novembre) et Kuwait-City (du 23 au 25 novembre).

Les Etats du Conseil de Coopération du Golfe (GCC) bénéficient d'une localisation stratégique entre l'Europe et l'Orient et constituent un accès privilégié à une vaste région s'étendant de l'Afrique du Nord à l'Inde. Les réserves pétrolières ont engendré une accumulation importante de ressources financières et déterminent largement la situation économique des pays du Golfe. Ces derniers ont augmenté considérablement leurs importations et cette tendance devrait se poursuivre à l'avenir.



La délégation luxembourgeoise, composée de 36 entreprises et présidée par le Ministre de l'Economie et Commerce Extérieur, s'est rendue d'abord à Dubaï.

Lors d'une entrevue entre le Ministre Jeannot Krecké et le cheik Ahmed bin Saeed, membre de la famille sou-

veraine de Dubaï et président de la compagnie aérienne Emirates, ce dernier a exposé quelques-uns des énormes projets d'infrastructures, tels le nouvel aéroport, «Dubailand» ou encore les «Palms Islands», construction de bâtiments sur des îles artificielles sous forme de palmier.

Messen und Ausstellungen

im Januar und Februar 2005

SALON DES ANTIQUAIRES

Messe für Kunst, Antiquitäten und Bücher

27. – 30.01.2005

Luxemburg (L)
Tel.: 43 99 1

FASHION FIRST

Fachmesse für Lederbekleidung und Lederwaren

31.01. – 02.02.2005

Brüssel (B)
Tel.: 0086 852 28 27 62 11

Februar 2005

PRET-A-PORTER

Internationale Modemesse

28. – 31.01.2005

Paris (F)
Tel.: 0033 1 44 94 70 00

VACANCES

Internationale Tourismus und Freizeit Messe

03. – 07.02.2005

Brüssel (B)
Tel.: 0032 2 474 84 47

LINGERIE

Internationale Fachmesse für die Wäschemode

28. – 31.01.2005

Paris (F)
Tel.: 0033 1 47 56 32 32

MIA

Internationale Fachmesse für Lebensmittel

05. – 08.02.2005

Rimini (I)
Tel.: 0039 0541 74 41

MAISON & OBJET

Internationale Ausstellung für Innendekoration, Geschenkartikel und Tischdekoration

28.01. – 01.02.2005

Paris (F)
Tel.: 0033 1 44 29 02 00

ISPO WINTER

Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode

06. – 09.02.2005

München (D)
Tel.: 0049 89 949 116 28

WHO'S NEXT

Internationale Fachmesse für Streetwear und Clubmode

28. – 31.01.2005

Paris (F)
Tel.: 0033 1 40 13 74 74

EUROPACADO

Fachmesse für Kristall, Porzellan, Kermamik und Geschenkartikel

06. – 09.02.2005

Brüssel (B)
Tel.: 0032 2 474 84 47

ISM

Internationale Süßwarenmesse

30.01. – 02.02.2005

Köln (D)
Tel.: 0049 221 82 10

PRINT'OR

Europäische Schmuckmesse

06. – 08.02.2005

Lyon (F)
Tel.: 0033 1 34 29 39 01

CPD WOMAN

Internationale Modemesse

30.01. – 01.02.2005

Düsseldorf (D)
Tel.: 0049 211 43 96 01

FRUIT LOGISTICA

Internationale Messe für Früchte- und Gemüsemarketing

10. – 12.02.2005

Berlin (D)
Tel.: 0049 30 303 80

Face à l'ampleur de tels projets, dont le volume total présente un marché potentiel de 7 milliards USD, les entreprises luxembourgeoises ont un intérêt important pour présenter leurs biens ou services aux investisseurs et promoteurs locaux. Ainsi, la Chambre de Commerce et le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur ont assuré une place de choix aux entreprises luxembourgeoises lors de la «Big 5 Show», la plus grande foire de la région, consacrée aux secteurs de la construction. Il faut relever que ce fut une première dans les efforts de promotion du Grand-Duché, de combiner une présence à une foire avec une mission économique proprement dite.

Les entreprises suivantes étaient représentées au sein du Pavillon luxembourgeois:

Arcelor RPS

Eurimex/Marbrerie Jaquemart

Saint Gobain Abrasives

Secalt

Sisto Armaturen

Soludec

Astron Buildings

S+B Inbau

Mondo Luxembourg

Köhl S.A.

CTI Systems

Cargolux Airlines International

Suite à la grande satisfaction exprimée par ces entreprises, qui ont eu de nombreux contacts à la foire «Big 5», la Chambre de Commerce et le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur ont d'ores et déjà présenté aux responsables du «Dubai International Exhibition Centre» une demande de réservation d'un stand plus spacieux pour l'année prochaine.

La mission économique dans les pays du Golfe a été accompagnée

par une importante délégation d'acteurs de la place financière luxembourgeoise. En effet, 8 institutions financières ont participé à cette mission. Le 21 novembre a eu lieu un séminaire remarqué sur la place financière luxembourgeoise à Dubai. Les différentes branches d'activités de la place ont été présentées à un public hautement intéressé. Les autorités locales projettent en effet de faire de Dubai un centre financier d'envergure internationale.

La deuxième étape de la mission économique a été la ville de Doha au Qatar. Lors du séminaire organisé en collaboration avec la Qatari Businessmen Association, la Chambre de Commerce a présenté l'économie luxembourgeoise, suivie d'un exposé de l'ABBL sur la place financière et d'une présentation par le président de «Agora» sur la reconversion des anciens sites sidérurgiques à Belval-Ouest.

En marge du séminaire, les entreprises industrielles ont eu des contacts bilatéraux intéressants, surtout dans les domaines liés directement ou indirectement à la construction. En effet, quelque 300 immeubles ayant plus de 40 étages seront construits à Doha au cours des 3 prochaines années. Par ailleurs, des jeux sportifs asiatiques auront lieu au Qatar en 2006, ce qui se traduira en amont par la construction d'importantes infrastructures sportives. De ces investissements massifs découle également une demande élevée en matière de gestion de projets, un service qui peut être presté par l'intermédiaire d'entreprises luxembourgeoises spécialisées.

La délégation financière a visité 5 banques locales, dont 2 islamiques, qui ont expliqué aux représentants luxembourgeois les procédures de l'«islamic banking». Ces rencontres étaient d'autant plus intéressantes que la Banque Centrale du Luxembourg prévoit d'organiser en collaboration avec des banques centrales du Moyen-Orient un séminaire sur l'«islamic banking» en novembre 2005. Suite aux attentats du 11 septembre 2001, de nombreux particuliers ont rapatrié leurs capitaux des



Etats-Unis et s'intéressent à d'autres places financières. Ainsi, de nouvelles opportunités s'offrent au Luxembourg. Reste à construire le pont et à consolider les relations entre nos banques et les banques islamiques, dont certaines ont déjà domicilié des fonds au Grand-Duché.

Le Koweït était la dernière étape du périple. Ce pays, dont l'économie est basée principalement sur le secteur pétrolier, connaît une croissance fulgurante suite à l'augmentation des prix du pétrole. Le Koweït table sur une activité économique future importante dans le contexte de la reconstruction de l'Irak et reconforte son statut de plaque tournante de premier ordre dans la région et de partenaire commercial privilégié de l'Iran. Le gouvernement du Koweït veille à diversifier les ressources économiques et encourage la privatisation. D'autres mesures consistent dans la création de zones franches ou la promulgation récente d'une loi autorisant les investissements étrangers directs et indirects.

Les entreprises luxembourgeoises –

tant les PME/PMI que les entreprises plus grandes – y ont rencontré un vif succès, surtout que le know how de spécialistes étrangers est massivement demandé dans ce pays. Aussi les contacts d'affaires entre les entreprises luxembourgeoises et koweïtiennes ont été nombreux et prometteurs. Maintenant, il est important d'assurer un suivi adéquat des contacts, afin de les concrétiser sous forme de contrats.

La délégation financière a rencontré différentes institutions bancaires intéressées à coopérer davantage avec les pays européens.

L'espoir est donc réel que le volume des échanges entre le Koweït et le Luxembourg, qui est très modeste à l'heure actuelle, puisse connaître un réel essor.

Afin d'optimiser les chances des entreprises luxembourgeoises de trouver de nouveaux débouchés dans cette région et afin de mieux saisir les nombreuses opportunités d'affaires y existant, le ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur a annoncé qu'une réflexion allait être menée au niveau

gouvernemental quant à une représentation permanente du Grand-Duché de Luxembourg au Moyen-Orient.

En vue d'approfondir les relations bilatérales et d'aider les entreprises luxembourgeoises à s'implanter, le ministre a nommé le représentant de Cargolux au Koweït, Monsieur Iqbal H. Qureshi, Conseiller du Commerce Extérieur du Grand-Duché de Luxembourg.

Monsieur Abdul Hassan Bahman, un important homme d'affaires du Koweït, a été décoré par le Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur avec les insignes de commandeur dans l'ordre du mérite pour son engagement en faveur du développement des affaires entre le Luxembourg et la région du Golfe.

Finalement, la Chambre de Commerce du Koweït a promis son soutien aux entreprises luxembourgeoises lors de leurs démarches dans ce pays. Dans cette optique, un protocole de coopération a été signé avec la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg.

Signature d'une convention de coopération entre la CCI du Koweït et la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Dans le cadre de la mission de promotion économique dans les pays du Golfe, la délégation luxembourgeoise a été accueillie le 24 novembre 2004 par la Chambre de Commerce et d'Industrie du Koweït à Koweït-City.

En marge du séminaire économique dont l'objet était la présentation de l'économie luxembourgeoise, de la place financière et du projet de reconversion de Belval-Ouest, une convention de coopération entre la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et sa consœur koweïtienne a été signée. Les deux Chambres ont de nombreux caractères communs et leurs missions et actions en faveur du développement des entreprises et du progrès économique sont similaires.

La Chambre de Commerce et d'Industrie du Koweït est une institution d'utilité publique visant à exprimer les aspirations de la communauté d'affaires au Koweït, de défendre les intérêts des entreprises membres et d'établir des relations d'affaires au niveau local et international.



La convention de coopération, qui a été signée par Monsieur Salah Fahad Al-Marzouk de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Koweït et Monsieur Carlo Thelen de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, est basée sur la volonté commune de promouvoir le commerce et la coopération économique au profit de leurs entreprises membres.

Cette convention porte notamment sur le développement des relations d'affaires entre les entreprises luxembourgeoises et koweïtiennes, sur un échange d'informations et de publications, sur une assistance aux entreprises voulant saisir des opportunités dans le pays partenaire et sur l'organisation de ou la participation aux missions économiques, foires ou conférences.

25 novembre 2004

Le roi de la Jordanie Abdallah II en visite à la Chambre de Commerce

Sur l'invitation de LL.AA.RR. le Grand-Duc et la Grande-Duchesse, le roi de Jordanie Abdallah II a fait une visite officielle au Luxembourg du 24 au 25 novembre 2004. Le roi a été accompagné du prince Ali Bin Al-Husseïn, de Samir Al Rifai, Ministre de la Cour Royale, du Dr Hani Mulki, Ministre des Affaires Etrangères et du Dr Bassem Awadallah, Ministre du Plan et de la Coopération Internationale de la Jordanie.

Dans le cadre de son séjour à Luxembourg, le roi de la Jordanie, Abdallah II a visité le 25 novembre 2004 la Chambre de Commerce ensemble avec le Grand-Duc Henri et M. Nicolas Schmit, Ministre délégué aux Affaires étrangères et à l'Immigration. Lors d'une table ronde, le ministre du Plan et de la Coopération Internationale de Jordanie, Dr Bassem Awadallah a fourni à une trentaine de professionnels luxembourgeois des explications sur le développement économique en Jordanie. La Bourse d'Amman et la Commission des titrations ont été présentées par leurs directeurs respectifs, Monsieur Jalil Tarif et Monsieur Bassem Saket.

Monsieur Michel Wurth, Président de la Chambre de Commerce a relevé, lors du mot de bienvenue, qu'il est important de déve-

lopper les relations économiques entre la Jordanie et le Luxembourg. Il a estimé dans ce contexte les possibilités offertes par la place financière luxembourgeoise, mais également les possibilités de fret aérien au Luxembourg, qui pourraient venir à la rencontre des exportations de la Jordanie. Il a considéré la Jordanie comme une destination potentielle lors d'une prochaine mission économique au Moyen-Orient organisée par la Chambre de Commerce de Luxembourg et a souligné que la Jordanie est un pays attrayant et très sûr, offrant de nombreux points intéressants au niveau des opportunités d'affaires et de tourisme.

Le roi Abdallah II, a confirmé de son côté que la Jordanie a fait beaucoup d'efforts en vue de consolider l'économie privée. Le pays est à la recherche de partenaires économiques et aspire à adapter son cadre légal en vue de favoriser l'essor économique. Le roi a invité les entrepreneurs luxembourgeois à lui exposer les problèmes qu'ils pourront rencontrer dans la recherche d'une coopération économique entre les deux pays.

Le séminaire s'est conclu avec une courte réception et la signature du livre d'or de la Chambre de Commerce.



Le roi Abdallah II signe le livre d'or de la Chambre de Commerce.

Messen und Ausstellungen

SPIELWARENMESS

Internationale Fachmesse für Spielwaren, Audio-Video-Technik, Christbaumschmuck und Scherzartikel

10. – 15.02.2005

Nürnberg (D)

Tel.: 0049 911 99 81 30

AMBIENTE

Internationale Fachmesse für Haushaltsartikel, Wohnaccessoires und Dekoration

11. – 15.02.2005

Frankfurt/Main (D)

Tel.: 0049 69 75 75 64 60

SIMM

Internationale Modewoche Madrid

11. – 14.02.2005

Madrid (E)

Tel.: 0034 91 722 50 00

BIT

Internationale Tourismus Börse

12. – 15.02.2005

Mailand (I)

Tel.: 0039 02 34 98 41

ARAB HEALTH

Internationale Fachmesse für Medizintechnik und Krankenhausausrüstung

12. – 15.02.2005

Dubai (VAE)

Tel.: 00971 4 336 51 61

VERT, BLEU, SOLEIL

Tourismus und Freizeit Messe

15. – 20.02.2005

Lüttich (B)

Tel.: 0032 4 227 19 34

SALON DU CHOCOLAT

Messe für Artikel aus Schokolade, Verarbeitung von Schokolade

18. – 20.02.2005

Luxemburg (L)

Tel.: 43 991

EUROSHOP

Fachmesse für Ladenbau, Verkaufsförderung, Franchising und Werbung

19. – 23.02.2005

Düsseldorf (D)

Tel.: 0049 211 45 60 01

BOUWBEURS

Internationale Baumesse

21. – 26.02.2005

Utrecht (NL)

Tel.: 0031 30 295 27 00

BIO-FACH

Weltmesse für Bio-Produkte

24. – 27.02.2005

Nürnberg (D)

Tel.: 0049 911 860 60

Le 2 décembre 2004

Visite d'une délégation des banquiers russes



Le 2 décembre 2004, la Chambre de Commerce a accueilli une délégation de banquiers russes. En présence de différents représentants du secteur financier luxembourgeois, deux présentations sur le Grand-Duché de Luxembourg ont été réalisées afin d'informer les banquiers sur la situation actuelle de l'économie et le secteur financier luxembourgeois.

La délégation a été accueillie par Monsieur Emering, Secrétaire Général de la Chambre de Commerce. Les présentations ont été assurées

par Monsieur Guy Kaiser, Attaché de Presse auprès de l'ABBL, et par Monsieur Carlo Thelen, Membre du Comité de Direction de la Chambre de Commerce. Lors de la table ronde ainsi que lors de la réception offerte après celle-ci, de nombreux contacts réciproques ont pu se développer entre les banquiers russes et les représentants du secteur financier luxembourgeois.

Vu l'importance croissante du marché russe, une mission économique est envisagée au cours du deuxième semestre de l'année 2005. Pour de plus amples informations sur la visite de la délégation des banquiers russes ainsi que sur la mission économique, nous vous invitons à prendre contact avec le Département International – Affaires Européennes de la Chambre de Commerce (Tél.: 42 39 39 – 360 – Fax: 43 83 26 – E-mail: europe@cc.lu – Personne de contact: Madame Sabrina Sagramola).

Transport

Nouvelle voie de distribution pour les **formulaires CMR**

Les documents CMR sont utilisés comme lettre de transport dans le cadre de transports de marchandises. De nombreuses entreprises de transport achètent les formulaires CMR auprès de la Chambre de Commerce. Ces lettres de transport sont vendues en unités

de 500 exemplaires soit sous forme de papier continu, soit en tant que papier libre. Il est également possible de commander des formulaires avec l'adresse de la société ou le logo préimprimés sur les documents.

Les documents étaient jusqu'à présent disponibles auprès du

Messen und Ausstellungen

im Februar 2005

BATIBOUW

Internationale Messe für Baustoffe, Renovierung und Inneneinrichtung

24.02. – 06.03.2005

Brüssel (B)

Tel.: 0032 2 663 14 00

INHORGENTA EUROPE

Internationale Fachmesse für Uhren, Schmuck, Edelsteine, Perlen und Technologie

25. – 28.02.2005

München (D)

Tel.: 0049 89 94 91 13 98

DIDACTA

Bildungsmesse

28.02. – 04.03.2005

Stuttgart (D)

Tel.: 0049 711 258 90

Um kurzfristigen Änderungen der Ausstellungstermine Rechnung zu tragen, sollten Sie sich diese vom Veranstalter vor Ihrer Abfahrt bestätigen lassen. Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Frau Bettina Milewski, Tel.: 42 39 39-372.

La Chambre de Commerce tient à la disposition des entreprises luxembourgeoises intéressées de la documentation sur les foires et salons pour consultation sur place. Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Mme Bettina Milewski, tél.: 42 39 39-372.



ASSOCIATION LUXEMBOURGEOISE DES CONSEILS COMPTABLES ET FISCAUX

Pour une bonne tenue de votre comptabilité, rien de tel qu'un partenaire de confiance.

Les membres de l'ALCOMFI au service des petites et moyennes entreprises et des professions libérales.

ALCOMFI ASBL
BP 477 • L-2014 Luxembourg
www.alcomfi.lu

siège de la Chambre de Commerce à Luxembourg-Kirchberg. Pour des raisons d'organisation, la Chambre de Commerce a le plaisir de vous informer que les formulaires CMR seront désormais disponibles auprès de l'imprimerie REKA s.a. qui a son siège à Leudelange.

Reka s.a.
Imprimerie et atelier graphique
22, am Bann
L-3372 Leudelange

Tél.: 482636-1
Fax: 403663
info@reka.lu
<http://www.reka.lu>

Les sociétés de transport peuvent se procurer auprès de l'imprimerie REKA s.a. les mêmes documents que jusqu'à présent. Le plan d'accès est disponible sur Internet sous www.reka.lu.

Pour l'achat de petites quantités inférieures à 10 boîtes, il est demandé

de s'acquitter directement ou de virer avant les frais. Un bon de commande type est disponible sur le site Internet sous www.reka.lu. Il est conseillé de commander l'enlèvement de grandes quantités supérieures à 10 boîtes de formulaires afin d'assurer que les formulaires soient toujours disponibles.

Le prix de vente des formulaires CMR reste inchangé

Portrait

The Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Japan

The Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Japan (BLCCJ) has always enjoyed a close working relationship

with both Belgian and Luxembourg Embassies. In 2003, the BLCCJ had a unique opportunity to celebrate this relationship with the opening ceremony of new Luxembourg Embassy

in Tokyo and the state visit of H.R.H. the Grand Duke of Luxembourg in September 2003.

2003 was truly a "Luxembourg year" for the BLCCJ. That September, amongst a series of events organized to raise the awareness of Luxembourg in Japan, the BLCCJ took the lead in promoting the highly-regarded wines of Luxembourg by organizing a wine tasting event with 150 restaurateurs, wine connaisseurs from all throughout Japan. Following the great impulse from Mr. Pierre Gramagna, former Ambassador of Luxembourg in Japan, the energetic and constant backing of Her Excellency Mrs. Michèle Pranchère-Tomassini, current Ambassador since October 2002, the BLCCJ is more than ever committed to support Luxembourg companies in Japan. Luxembourg is going to hold the EU Presidency that will be succeeded from the Netherlands in January 2005, and its important mission will continue until June 2005. Related to this, quite a number of activities will be organized in Japan as well. In this context, the BLCCJ wishes to offer any assistance to the Luxembourg Embassy.

The Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce in Japan celebrated its 25th anniversary last year.

Since its humble beginnings in 1978, the BLCCJ has grown to be one

when
work
is a pleasure
life
is a joy



Aménagement
de bureaux

Copieurs, fax
et imprimantes

Machines pour
banques et bureaux

INTERNET
www.felten-stein.lu

FELTEN-STEIN

Des solutions d'ensemble
pour bureaux et imprimeries

FELTEN-STEIN SA
14, RUE DES JONCS
L-1818 HOWALD
TEL 40 23 53
FAX 40 23 39
E-MAIL fs@felten-stein.lu

of the most active BeLux Chambers of Commerce in the world.

In 1993, the Kansai chapter of the BLCCJ was established, taking a strategic position in Japan's western industrial centre.

The BLCCJ continues to grow, adding members, increasing the number and frequency of seminars, trade fairs and networking events, all geared towards enriching the mutual experience or knowledge of BeLux and Japanese business people in Japan. These events' purpose is not only to inform, but also to introduce members of the BeLux community in Japan to each other and to key Japanese business people, further strengthening the presence of Luxembourg and Belgium in Japan.

Some of the benefits our members enjoy include:

- Privileged access to seminars, business meetings, and inter-chamber joint-luncheons. In 2003, for example, the BLCCJ had the pleasure to invite Mr. Tim Collins, of Ripplewood Holdings LLC, for a luncheon seminar. His managed fund made worldwide business press headlines when it acquired the troubled Long Term Credit Bank for 1 billion dollars in 2000. Mr. Collins' speech served as an eye-opener on the many very profitable investment possibilities in Japan. "Congress on Delighting Customers in Japan for Sustainable Profitable Growth" was another major business-oriented event last year. Presidents of companies such as Chanel Japan, IBM, Coca-Cola and Citroën were welcomed by a large audience of business people, and explained their specific methods to meet Japanese customers' needs and

expectations, which sometimes appeared surprisingly different from what it done in other countries.

- Opportunity to expand the social networks of the members.

The BLCCJ organizes several social events a year. These are excellent opportunities for the members to communicate and exchange information about life and business in Japan. The biggest social event to date, the Gala Ball, took place in December 2003. As suggested by H.E. Mrs. Ambassador Pranchère-Tomasini, a fanciful fête, combining costumed guests with guests in formal elegance in a unique 1927 Spanish mansion in the heart of Tokyo for a night of dancing, music and good cheer.

This Gala was made possible in part by the Luxembourg Embassy in Japan, who, as always, provided its generous and dynamic support.

Not all of the social events are so formal though; every month, members of the BLCCJ bring their friends and business associates along to the monthly beer gathering for a chance to wish a hearty "kampai!", relax, make new contacts and very often plan new business opportunities.

- Opportunity to gain valuable and up-to-date business information.

The BLCCJ publishes a quarterly newsletter and updates its website to bring fresh business information. The Chamber issues white papers reporting on the difficulties of doing business in Japan. If, residing in Luxembourg, you wish to reach the Japanese public, the newsletter as well as the website

offer you the possibility to advertise your business. The BLCCJ also recently conducted statistical research focusing on selected market sectors that BeLux business people watch with great interest. Its results are now available at <http://www.blccj.or.jp>.

- Access to all commercial activities of the Chamber such as exhibitions, trade fairs, etc.

The BLCCJ maintains a presence in major national fairs to promote BeLux products and services. The Chamber is maximizing these opportunities by gathering member companies to heighten BeLux awareness for the Japanese general public. The fairs are organized, not only in Tokyo, but other cities. The Chamber, for instance, participated last year in an international fair in Fukuoka, Kyushu, which is the 9th largest city in Japan. The BLCCJ is, at present, arranging to accommodate its members in a trade fair that will be held in Osaka in May, 2004.

- Access to European Business Community (EBC) membership. The EBC is the trade policy arm of the fifteen European National Chambers of Commerce and Business Organisations in Japan for companies facing obstacles doing business in Japan, as it realised the need to improve the business environment for European companies in Japan. The BLCCJ has been active in this lobbying party, giving access for BLCCJ members to the EBC.

Even if you are non-member of the BLCCJ, you can still benefit from its service. The BLCCJ would be extremely happy to assist your business. ■

Interested in the Japanese market or partnerships with Japanese companies?

Please do not hesitate to contact the BLCCJ by phone

(81) 3 32 37 92 81 or fax (81) 3 32 37 92 82

or e-mail (info@blccj.or.jp).

Friendly and multi-lingual staff will receive your requests.

Comment optimiser la visibilité d'un site Internet?



Les nouvelles technologies ont mobilisé 70 entreprises le 29 novembre 2004 autour du thème «Optimiser la visibilité de votre site web ou utiliser les dernières technologies? Deux solutions compatibles et rentables!». Ce séminaire, organisé par la Chambre de Commerce et son Euro Info Centre, fait suite aux séminaires «Promotion et référencement de sites web: enjeux et perspectives» et «Comment optimiser votre site pour le référencement?» organisés respectivement en mai 2003 et en juin 2004.

Les entreprises ont depuis longtemps compris qu'une présence sur le World Wide Web est souvent indispensable à leur activité et à leur travail de communication. La guerre des sites – et les révolutions technologiques successives – ont permis le développement de sites très esthétiques, dynamiques, animés, permettant de consulter des bibliothèques

complètes ou de consulter tout type de fichier audio ou vidéo.

Toutes ces possibilités existent et permettent certes de visiter des sites agréables mais bien souvent, on oublie qu'avant de naviguer sur un site, il faut d'abord le trouver... Et comment trouver un site? Par le biais des annuaires ou moteurs de recherche. Et là, il faut se rendre à l'évidence: les nouvelles technologies ne sont pas forcément compatibles avec un bon positionnement de votre site dans un moteur de recherche.

Dans son exposé, M. Olivier Andrieu, éditeur du site www.abondance.com, expert en référencement, a expliqué pourquoi l'utilisation de Flash, sites dynamiques, frames, JavaScript, mots de passe, adresse de redirection, zones sécurisées et autres fenêtres «pop up» réduisent (quasiment) à néant un bon référencement, et par conséquent, un bon positionnement d'un site. Ces erreurs

potentielles ainsi mises en lumière, Monsieur Andrieu s'est appliqué à donner des pistes permettant de compenser et de garantir une bonne visibilité sur la toile.

■ La messagerie instantanée comme complément indispensable

La seconde partie du séminaire s'est axée autour de la présentation d'une technologie très répandue chez les particuliers, mais encore très peu (malgré des applications potentielles considérables) chez les professionnels: la messagerie instantanée.

Une fois votre site web référencé, indexé, promu, visité, la première partie de votre démarche commerciale est en place: le client est sur le site. Mais comment faire pour lui apporter des réponses rapides et interactives à ses questions et créer ainsi un véritable lien commercial entre lui et vous?

M. Laurent Vuillermoz, directeur de la société Optimal Security S.à r.l., et M. Denys Levassort, consultant en systèmes d'organisation et d'information, ont fait la démonstration que la messagerie instantanée est un procédé simple, très peu coûteux (permettant même des économies considérables sur les communications téléphoniques) et répondant à toutes les exigences de confidentialité et de sécurité requises tant sur le web que dans toutes transactions commerciales.

Les présentations des orateurs sont disponibles en ligne sur le site de la Chambre de Commerce: www.cc.lu, rubrique: Agenda. Pour de plus amples renseignements, l'Euro Info Centre de la Chambre de Commerce reste à votre disposition par e-mail: eic@cc.lu, par téléphone: 42 39 39 – 333/335 ou par fax: 43 83 26.

Personne de contact: Monsieur François Nénon.

PASSEZ DE L'IDÉE À L'ACTION

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

L'innovation, la recherche et le transfert de technologies constituent de formidables moteurs de développement pour votre entreprise. LUXINNOVATION, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, vous aide gratuitement à :

- bénéficier d'aides financières nationales ou européennes
- disposer d'informations récentes dans le domaine des nouvelles technologies
- créer ou améliorer un produit, procédé, service
- monter un projet d'innovation ou de transfert de technologies
- trouver un partenaire scientifique ou industriel à l'étranger
- créer une entreprise à fort potentiel technologique

AVANT DE PASSER À L'ACTION, PARLEZ-EN A NOS CONSEILLERS

LUXINNOVATION G.I.E. - 7, Rue Alcide de Gasperi
L-1615 Luxembourg-Kirchberg - Tél: +352 43 62 63-1
Fax: +352 43 81 20 - E-mail: luxinnovation@luxinnovation.lu



Luxinnovation est une initiative commune réunissant: Ministère de l'Economie . Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche . FEDIL . Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg . Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg

www.
innovation.
public.
lu

Le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche

Restez au fait de l'actualité innovation et recherche avec :

- le Guide des aides
- le Marché des technologies
- le Répertoire des compétences technologiques

et aussi : les Appels, l'Agenda de l'innovation,
les Success stories, les Liens, ... !

Mise à jour quotidienne & accès gratuit



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



Actions innovatrices du FEDER

<http://www.innovation.public.lu>



11-12 avril 2005

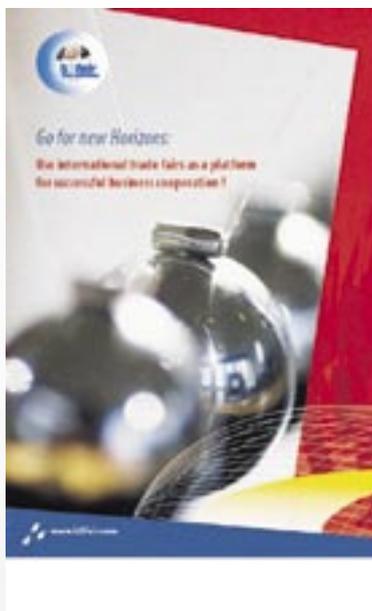
Bourse de coopération à la «Hannover Messe 2005»

Pour la première fois les Euro Info Centres organiseront, en collaboration avec les organisateurs de la foire de Hanovre une bourse de coopération pendant la foire internationale de l'industrie «Hannover Messe 2005».

Se déroulant tous les ans, la «Hannover Messe» constitue sans doute la plus impressionnante vitrine industrielle réunissant près de 200.000 visiteurs professionnels et quelque 6.200 exposants internationaux venus présenter leurs produits, services et technologies sur une surface d'exposition d'environ 210.000 m². Pour tenir compte de l'évolution technologique constante, ce salon international se subdivise en 8 sous-salons spécialisés qui se concentrent sur les secteurs d'activité suivants:

- INTERKAMA+: processus d'automatisation industrielle
- Subcontracting: sous-traitance
- Factory Automation: processus de production
- Digital Factory: software et solutions IT pour l'industrie
- Energy: sources d'énergie alternative
- MicroTechnology: microsystèmes et nanotechnologies
- SurfaceTechnology plus: traitement de surfaces

- Research & Technology: recherche et développement / sciences de la vie.



■ La bourse de coopération «b2fair»

La bourse de coopération fait partie du projet «b2fair» de la Commission Européenne qui a pour but de favoriser et de renforcer les échanges de coopération «inter-entreprises» entre les visiteurs et les exposants lors de salons professionnels, il devient dès lors un outil majeur

pour le développement international de votre entreprise. Ainsi, si vous recherchez des partenaires internationaux pour des coopérations commerciales, techniques, technologiques ou autres, nous prenons soin d'identifier des entreprises susceptibles de répondre à vos attentes.

La bourse de coopération vous permettra d'avoir des rencontres planifiées au préalable entre visiteurs/exposants ainsi qu'entre visiteurs/visiteurs. Pour se faire, il vous suffit de nous transmettre des informations précises concernant le profil de la coopération recherchée et vous recevrez un planning de rendez-vous personnalisés correspondant à vos besoins.

Les profils d'entreprises de tous les participants à la bourse de coopération seront publiés sur les sites officiels suivants: www.b2fair.com et www.hannovermesse.de

Les rencontres individuelles se dérouleront du 11 au 12 avril 2005 à la foire d'Hannovre. Les frais de participation s'élèvent à 104,40 EUR. En cas de besoin, l'Euro Info Centre de la Chambre de Commerce du Grand-Duché organisera également un voyage collectif pour les entreprises luxembourgeoises. ■

Si ce salon de coopération vous intéresse, l'équipe de l'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI de la Chambre de Commerce se tient à votre entière disposition pour vous présenter en détails les modalités de participation.

Nous vous prions de bien vouloir nous contacter par
tél.: 42 39 39 333, par fax: 43 83 26
ou par e-mail: eic@cc.lu.

Personne de contact: Mme Sabrina Sagramola

Directives et règlements publiés du 15 octobre – 15 novembre 2004

L'Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI vous offre, par le biais du bulletin de la Chambre de Commerce, la possibilité de commander gratuitement des directives et règlements européens. Ainsi, vous trouverez dans chaque édition du Merkur une liste référentielle contenant une sélection de ces textes législatifs publiés lors de la période précédant sa parution.

Pour obtenir un ou plusieurs des documents listés, il 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.

Directives publiées du 15 octobre au 15 novembre 2004

- | | | |
|---|-------------|---|
| 1 | 2004/101/CE | Système d'échange de quotas démission de gaz à effet de serre dans la Communauté, au titre des mécanismes de projet du protocole de Kyoto |
| 2 | 2004/104/CE | Rapprochement des législations des Etats membres relatives à la réception des véhicules à moteur et de leurs remorques |

Règlements publiés du 15 octobre au 15 novembre 2004

- | | | |
|----|------------------------|---|
| 3 | 1785/2004 | Rémunérations des fonctionnaires des Communautés européennes affectés dans les pays tiers |
| 4 | 1818/2004
1917/2004 | Valeur en douane de certaines marchandises périssables |
| 5 | 1840/2004 | Mesures restrictives spécifiques à l'encontre de certaines personnes et entités liées à Oussama ben Laden, au réseau Al-Qaida et aux Talibans |
| 6 | 1849/2004 | Classement de certaines marchandises dans la nomenclature combinée |
| 7 | 1850/2004 | Aides directes et mesures à caractère structurel ou environnemental dans les nouveaux Etats Membres |
| 8 | 1874/2004 | Seuils d'application en matière de procédures de passation des marchés |
| 9 | 1925/2004 | Coopération administrative dans le domaine de la TVA |
| 10 | 1935/2004 | Matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires |
| 11 | 1937/2004 | Compétence judiciaire, reconnaissance et exécution des décisions en matière civile et commerciale |

Bon de commande

- à remplir à la machine ou en lettres majuscules -

Entreprise: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

http:// _____

Nous souhaitons recevoir les textes législatifs suivants:

en français en allemand en anglais

autre (à préciser) _____

1 2 3 4

5 6 7 8

9 10 11

Chambre de Commerce

Département International – Affaires européennes

Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI

Personne de contact: M. Niels Dickens

7, rue Alcide de Gasperi • Luxembourg/Kirchberg

Adresse postale: L-2981 Luxembourg

Tél.: 42 39 39-333 • Fax: 43 83 26

E-mail: eic@cc.lu

A partir du 1er janvier 2005

Normes comptables: la Commission approuve l'IAS 39

La Commission européenne a adopté un règlement portant approbation de la norme comptable internationale IAS 39 «Instruments financiers: comptabilisation et évaluation», à l'exception de certaines dispositions concernant, d'une part, la possibilité d'appliquer le système de la juste valeur à tous les éléments du bilan («option de la juste valeur») et, de l'autre, la comptabilité de couverture. Ce texte a reçu le soutien d'une majorité qualifiée des Etats membres au sein du comité de réglementation comptable (CRC), réuni le 1^{er} octobre, ainsi que du Parlement européen.

La Commission a également adopté une déclaration politique invitant l'International Accounting Standards Board (IASB) à présenter les nécessaires modifications de l'option de la juste valeur, d'ici à décembre 2004, et du dispositif relatif à la comptabilité de couverture, d'ici à septembre 2005. L'IAS 39 sera obligatoirement applicable, en dehors des dispositions exclues par le règlement, par toutes les sociétés cotées dans l'UE, à partir du 1^{er} janvier 2005.

M. Frits Bolkestein, membre de la Commission, a déclaré: «L'IAS 39 a fait l'objet d'une abondante controverse. Je suis heureux que nous

ayons trouvé une solution. Les deux exclusions sont purement temporaires, car la Commission s'attend à ce que l'IASB résolve rapidement les problèmes en suspens. N'étant pas un organisme de normalisation comptable, la Commission ne peut résoudre ces problèmes par ses propres moyens.»

Pour devenir juridiquement contraignantes pour les sociétés cotées à partir du 1^{er} janvier 2005, les IAS doivent d'abord être approuvées par la Commission, après consultation des Etats membres via le CRC, du Parlement européen et de l'EFRAG (groupe consultatif européen en matière d'information financière, composé d'experts indépendants du secteur privé). La Commission a déjà approuvé 33 normes, mais l'IAS 39 a fait l'objet de révisions.

La Commission a approuvé environ 95% du texte de l'IAS 39. Elle en a exclu certaines dispositions, dont elle estime – en accord avec la plupart des Etats membres et le Parlement européen – qu'elles requièrent une révision plus poussée. Les exclusions sont au nombre de deux:

L'option de la juste valeur a été exclue comme suite aux observations de la Banque centrale européenne et des autorités de surveillance prudentielle représentées au Comité de Bâle sur le contrôle bancaire. L'IASB a pris ces observations en considération lors de la publication, en avril 2004, d'un exposé-sondage limitant la portée de l'option de la juste valeur.

L'IASB n'a toutefois pas encore arrêté sa position finale sur cette question importante.

En outre, l'article 42 bis de la quatrième directive sur le droit des sociétés (directive 78/660/CEE) ne permet pas l'application de la juste valeur à tous les éléments du passif, la principale catégorie de passifs exclue de l'évaluation à la juste valeur étant celle des actions et parts propres des sociétés. Celles-ci ne peuvent donc pas appliquer sans limite l'option de la juste valeur. Les Etats membres ne peuvent pas davantage obliger leurs sociétés à appliquer les dispositions sur la juste valeur exclues par le règlement;

L'exclusion de certaines dispositions concernant la comptabilité de couverture fait suite aux critiques exprimées par la majorité des banques européennes, qui ont fait valoir que, sous sa forme actuelle, l'IAS 39 les contraindrait à des modifications disproportionnées et coûteuses de leur gestion actif/passif et de leurs systèmes comptables, et générerait une volatilité injustifiée. Cependant, en l'absence d'une législation européenne sur ce point, chaque société est libre d'appliquer les dispositions concernant la comptabilité de couverture exclues par le règlement. Les Etats membres peuvent également rendre ces dispositions obligatoires dans leur ordre juridique interne. (Communiqué par la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg) ■

De plus amples informations sur les normes comptables sont disponibles sur le site web suivant: http://europa.eu.int/comm/internal_market/accounting/ias_fr.htm.

Contrôles des espèces monétaires

Accord dans la lutte contre le blanchiment de capitaux

Le Conseil des Ministres des affaires économiques et financières s'est mis d'accord sur une approche communautaire des con-

trôles de capitaux entrant et quittant l'UE. Une fois adopté, le règlement devrait exiger que chaque Etat membre s'assure que les voyageurs

qui franchissent les frontières extérieures de l'Union européenne fassent une déclaration s'ils transportent plus de 10.000 euros (ou une

somme équivalente dans d'autres devises ou en biens facilement convertibles).

En 2002, la Commission avait révélé dans un rapport que le total des mouvements de capitaux dépassant 10.000 euros avait atteint les 135 billions d'euros entre septembre 1999 et février 2000. Cette grande quantité de mouvements de capitaux pouvait impliquer des activités de blanchiment d'argent et de ce fait constituer une menace pour la communauté et les intérêts nationaux.

Le seuil de 10.000 est suffisamment élevé pour éviter que la majorité des voyageurs et opérateurs soient submergés de formalités administratives.

Les Etats membres devraient engager des poursuites à l'encontre de toute personne qui n'aurait pas déclaré les capitaux transportés d'un montant supérieur à 10.000 euros, et ce, en conformité avec leurs dispositions nationales. Par ailleurs, les Etats membres devraient avoir à veiller à ce que les pénalités résultant de ces poursuites soient proportionnelles aux délits commis, afin que cela ait un effet dissuasif.

Lorsqu'il est évident que le transport de capitaux est effectué à des fins de blanchiment, les Etats membres devraient être contraints de le notifier aux autorités compétentes de l'Etat membre de résidence de la personne concernée ainsi que de l'Etat

membre du territoire par lequel la personne est entrée ou sortie de l'UE. Si le blanchiment semble concerner de la fraude ou toute autre activité illégale impliquant des fonds communautaires européens, les Etats membres devraient également le notifier à la Commission. Lorsque des connections à des activités terroristes sont suspectées, le règlement proposé devrait permettre de transférer l'information aux autorités compétentes de pays tiers.

Le Conseil ayant adopté sa position commune, le Parlement européen entamera sa seconde lecture. (Communiqué par la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg) ■

Conseil des ministres

Législation renforcée en matière de marketing agressif et pratiques trompeuses

Le Conseil des ministres de l'UE a adopté une position commune sur une nouvelle législation européenne visant à interdire les ventes forcées dues à un marketing agressif et les pratiques commerciales trompeuses et à harmoniser les réglementations des Etats membres sur les pratiques commerciales déloyales. La nouvelle législation clarifiera les droits des consommateurs et facilitera les échanges transfrontaliers en établissant des règles communes à toute l'Union contre les pratiques commerciales agressives ou trompeuses des entreprises vis-à-vis des consommateurs. Ceux-ci bénéficieront ainsi de la même protection contre les pratiques commerciales déloyales et les professionnels malhonnêtes, qu'ils effectuent leurs achats dans un magasin local ou sur un site web hébergé dans un autre Etat membre. La directive va à présent retourner au Parlement européen pour une deuxième lecture. La

Commission prévoit que la nouvelle législation sera finalisée au début de l'année prochaine.

La nouvelle législation définit un éventail limité de pratiques malhonnêtes interdites dans toute l'Union européenne, telles que:

La vente forcée, qui consiste à:

- donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat soit conclu;
- effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande que le professionnel quitte les lieux ou ne revienne plus;
- exiger le paiement de produits fournis par le professionnel sans que le consommateur les ait demandés (fourniture non demandée).

Les pratiques commerciales trompeuses, qui signifient:

- pour un professionnel, se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas;

- associer à un produit une mention telle que «gratuit», «gratuit», «sans frais» etc., si le consommateur doit payer d'autres frais que ceux qui sont inévitables pour aller chercher l'article ou se le faire livrer.

La législation fixe également des principes généraux pour l'interdiction d'autres types de pratiques lorsqu'elles s'avèrent déloyales. Dans la plupart des cas, elles sont considérées comme telles lorsqu'elles entraînent une altération anormale du comportement du «consommateur moyen». Des mesures sont en outre prévues pour prévenir l'exploitation des consommateurs particulièrement vulnérables.

En définissant uniquement les pratiques à interdire, la nouvelle législation laisse aux entreprises une certaine latitude pour innover lorsqu'elles mettent au point de nouvelles pratiques commerciales honnêtes. (Communiqué par la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg) ■

L'audit du formation de



systeme

l'entreprise



La mise en place d'une politique de formation demande un certain investissement de l'entreprise. Par conséquent, le chef d'entreprise voudra mesurer l'efficacité de son programme de formation. L'audit du système de formation lui fournira les informations souhaitées.

L'entreprise a défini sa politique de formation, l'a appliquée durant quelques années. Il lui reste à déterminer l'efficacité de cette politique: les buts visés ont-ils été atteints? Si la réponse est non, il faut savoir pourquoi. L'écart s'explique-t-il par une erreur au niveau des principes d'organisation ou d'efficacité de la politique? Auquel cas il faut en changer. Ou bien par une mauvaise application de la politique? Dans la première hypothèse, c'est un contrôle de la pertinence de la politique qui permettra de répondre à la question. Dans la seconde, il s'agit d'un contrôle de conformité du système formation. Une autre raison peut expliquer l'échec: la politique et (ou) le système formation n'étaient pas en cohérence avec les autres politiques ou systèmes de l'entreprise. C'est l'audit qui va permettre de répondre à ces diverses questions. Comment peut-on définir l'audit? L'audit d'un système (ou d'une de ses parties) est un examen méthodique et fina-

lisé de tous ses éléments internes, de ses sorties et de ses effets. Il est réalisé à partir d'un référentiel préétabli et a pour objet de découvrir les problèmes qui se posent et de proposer des solutions.

■ Quelles sont les idées clés?

- L'audit peut porter sur la totalité du système ou sur l'une de ses parties.
- Il suit une méthode qui lui permet de n'oublier aucun élément.
- Il étudie le fonctionnement interne, mais également les «sorties» du système: les résultats attendus et les effets dont certains ne sont pas prévus.
- Il nécessite la présence d'un référentiel qui doit être préalablement construit.
- Il est finalisé. Il répond à des buts définis au départ.
- Il permet de découvrir des dysfonctionnements.
- Il ne se contente pas seulement de mettre à jour ce qui

ne va pas, mais il propose des solutions.

Pour l'audit de formation, il s'agit de déterminer si la politique et les procédures sont suivies, si les résultats attendus sont atteints, si les ressources sont utilisées de façon efficace et s'il y a cohérence avec les autres systèmes mis en place dans l'entreprise.

■ Quels critères appliquer?

En fonction des buts visés, nous pouvons distinguer cinq grandes familles de critères

1. celle des domaines sur lesquels on souhaite faire porter l'investigation: par exemple, la qualité de la gestion, le respect de la réglementation, la qualité de la pédagogie...
2. celle de la nature de la mesure effectuée: par exemple, une mesure de la conformité, une mesure de la pertinence ou une mesure de la cohérence...
3. celle du champ de l'investigation: par exemple toute l'entreprise pour tous les types de formation ou pour un seul type, une direction de l'entreprise pour un type de formation donné, une catégorie de salariés, un poste de travail, un centre de formation intégré, l'utilisation d'un organisme de formation externe, une partie des procédures de formation...
4. celle du degré de profondeur de l'investigation: par exemple, audit rapide ou audit approfondi;
5. celle du degré de participation des acteurs de l'entreprise depuis la participation quasi nulle avec le recours à un auditeur externe, jusqu'à l'audit intégré réalisé par les acteurs de l'entreprise.

C'est le croisement de ces cinq familles de critères qui va déterminer la forme précise de l'audit. Les audits sont donc très variés. Il n'existe pas un modèle d'audit,

mais de nombreux modèles. C'est en faisant ses choix dans chacune des familles que l'auditeur, avec le commanditaire, parviendra à définir plus précisément l'audit correspondant au but fixé: faire un contrôle, vérifier une hypothèse, trouver un accord sur la vision du système formation, engager différents acteurs dans une démarche de progrès, mettre le système formation en assurance qualité...

Nous reprendrons en détail les deux premières familles, pour aider le commanditaire ou son représentant à faire ses choix.

■ Que mesure l'audit?

En ce qui concerne le domaine concerné par l'audit, il peut s'agir de mesurer:

• les résultats de gestion

Il s'agit de la dimension économique du système formation, notamment de sa rentabilité. Quelles sont les charges de structure? Quels sont les prix de revient de l'heure de formation pour la formation externe, interne animée par l'externe, interne animée par les membres de la structure formation ou animée par l'encadrement à titre occasionnel? Les investissements en matériel sont-ils justifiés? L'équipe interne est-elle suffisamment utilisée? Quel est son coût comparé à celui de moyens externes? Les surfaces mises à la disposition de la formation, ne sont-elles pas sous-utilisées? Etc.

• les procédures de gestion

La politique formation définit des principes dont on tire des règles d'application; chaque acteur doit jouer un rôle particulier dans la gestion de la formation; règles et rôles se traduisent en termes de procédures et l'audit peut porter sur le respect de ces procédures: pour le suivi budgétaire, pour le recueil des besoins de formation, pour la construction du plan de formation, pour les inscriptions, pour les pratiques d'achat de formation, pour le suivi de la mise en pratique des formations reçues, pour

l'évaluation... En matière de gestion on pourra s'interroger aussi sur l'informatisation du système formation, sur les modalités de la mobilisation des différents acteurs concernés par la formation, sur la décentralisation des responsabilités de gestion en direction des managers, sur le respect de l'approche systémique... Les mesures peuvent également porter sur les pratiques de fixation des objectifs (pédagogiques, de formation et finals), sur les formateurs (leur recrutement, leur formation, leur management...) ou encore sur les modalités de sélection des formés ou leur accueil;

• les aspects juridiques ou conventionnels

L'auditeur peut recevoir la mission de contrôler le respect des textes légaux ou conventionnels en matière de formation;

• l'ingénierie pédagogique

Il s'agit ici de déterminer si les choix au niveau des méthodes, des techniques et des outils pédagogiques sont les bons: respectent-ils les procédures (cahier des charges, cahier d'objectifs, dossier pédagogique...)? Sont-ils les meilleurs en terme d'efficacité? Sont-ils cohérents avec les autres éléments du système formation ou les autres systèmes de l'entreprise?

• le marketing du système formation

Quels sont les rapports entretenus entre les membres du service formation et leurs clients? La structure formation réalise-t-elle périodiquement des enquêtes de satisfaction de ses clients (direction, managers, formés)? Comment le fait-elle? Quelle est l'image de la formation dans l'entreprise et quelle est celle du service formation?

• les stratégies mises en œuvre

Les actions développées répondent-elles bien aux besoins du futur? Quel est le degré de pertinence des stratégies par rapport aux caractéristi-

DEMANDEZ VOTRE EXEMPLAIRE GRATUIT !



concept factory.lu

Demandez votre exemplaire gratuit en renvoyant ce coupon par fax ou par voie de courrier à l'adresse suivante:

Institut de Formation de la Chambre de Commerce

L-2981 Luxembourg

 (+352) 423939-820

SOCIÉTÉ

NOM

PRÉNOM

ADRESSE

E-MAIL

SITE INTERNET

ques du terrain? Les actions de formation sont-elles construites avec une approche systémique? Y a-t-il cohérence entre la politique de formation et les autres politiques de personnel?

- **les relations avec l'extérieur**

On étudiera par exemple: les relations entretenues entre l'entreprise et un organisme de formation externe fréquemment utilisé comme fournisseur, les relations entre une filiale et le centre de formation intégré du groupe, les relations entre le système formation et la communication institutionnelle de l'entreprise, les relations avec les clients internes en matière de documentation et de conseil sur les possibilités du marché de la formation, les relations entre le système formation et les écoles ou l'université de la région, l'accès de demandeurs d'emploi dans un centre de formation interne...

En ce qui concerne la nature de la mesure, il peut s'agir:

- d'une mesure de conformité, l'audit mesure alors des écarts entre la réalité constatée et des normes internes ou externes. Quel est le contenu de ces normes?

- des principes politiques et des règles d'application,
- des normes qualitatives et quantitatives,
- des règles législatives ou conventionnelles...
- d'une mesure de pertinence, il s'agit de découvrir par exemple si les besoins identifiés sont les vrais besoins de l'organisation. Certaines pratiques sont-elles judicieuses?
- d'une mesure de cohérence, l'audit pourra analyser la cohérence qui existe entre le système formation et les autres systèmes de l'entreprise. Il s'agit notamment des systèmes de gestion des ressources humaines et de gestion de l'emploi, des systèmes de classification des emplois, des pratiques managériales;
- d'une mesure d'efficacité, l'audit pourra aussi mesurer l'efficacité de tout ou partie du système formation de l'entreprise. Il s'agit de répondre à la question: les objectifs visés sont-ils atteints?
- d'une mesure d'efficience, la question est alors de savoir si les objectifs atteints l'ont été

au moindre coût. Les résultats sont-ils à la hauteur des moyens mis en œuvre? Il sera tenu compte des budgets temps des formateurs, des taux d'utilisation des matériels pédagogiques coûteux ou des investissements en surfaces, du rapport salaires des personnels administratifs/salaires des personnels formateurs...

- d'une mesure d'opportunité ou de synchronisation, l'audit peut également s'attacher à définir si le moment pour lancer telle ou telle action, pour prendre telle ou telle décision, est le bon moment. La formation ne se réalise-t-elle pas trop tôt ou trop tard par rapport à d'autres événements comme l'arrivée d'un matériel, d'un logiciel...
- d'une mesure d'adaptabilité, la réactivité du système, sa souplesse, les fréquences des contrôles, la vitesse de circulation de l'information sont des éléments pouvant aussi faire l'objet d'un audit.

Jacques Soyer, consultant indépendant, formateur à l'IFCC (site: www.jsconseil.com) ■

**WIRTSCHAFTSAUSKÜNFTE
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



Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Une formation proposée par l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce en collaboration avec son partenaire académique, l'ICN Ecole de Management



ainsi que les sociétés de consultance Deloitte et PricewaterhouseCoopers

SESSION 2005

DEMANDEZ LA BROCHURE AUPRÈS DE L'IFCC

PROGRAMME	DATE	JOUR	HORAIRE
KICK-OFF	26/02/2005	Samedi	10.30 – 12.00 heures
MODULE 1			
La mise en place de la fonction ressources humaines dans l'entreprise	03/03/2005	Jeudi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
La mise en place de la fonction ressources humaines dans l'entreprise	04/03/2005	Vendredi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
La mise en place de la fonction ressources humaines dans l'entreprise	05/03/2005	Samedi	08.30 – 12.30 heures
MODULE 2			
La planification stratégique	14/04/2005	Jeudi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
La planification stratégique	15/04/2005	Vendredi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
La planification stratégique	16/04/2005	Samedi	08.30 – 12.30 heures
MODULE 3			
Le processus de recrutement, de sélection et d'intégration	12/05/2005	Jeudi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
Le processus de recrutement, de sélection et d'intégration	13/05/2005	Vendredi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
Le processus de recrutement, de sélection et d'intégration	14/05/2005	Samedi	08.30 – 12.30 heures
Coaching collectif	14/05/2005	Samedi	13.30 – 17.30 heures
MODULE 4			
L'appréciation des ressources humaines	26/05/2005	Jeudi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
L'appréciation des ressources humaines	27/05/2005	Vendredi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
L'appréciation des ressources humaines	28/05/2005	Samedi	08.30 – 12.30 heures
MODULE 5			
La politique de rétribution	30/06/2005	Jeudi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
La politique de rétribution	01/07/2005	Vendredi	08.30 – 12.30 et 13.30 – 17.30 heures
La politique de rétribution	02/07/2005	Samedi	08.30 – 12.30 heures
Coaching individualisé⁽¹⁾	08,09/07/2005		
Evaluation du mémoire professionnel⁽¹⁾	22,23/09/2005		

⁽¹⁾ 1 heure par candidat

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez vous adresser à l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Locaux :
7, rue Alcide de Gasperi · Luxembourg-Kirchberg

Adresse postale :
Institut de Formation de la Chambre de Commerce
L-2981 Luxembourg
(+352) 423939-220
(+352) 423939-820
info@ifcc.lu
www.ifcc.lu



Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Fabricant de succès



CHEF D'ENTREPRISE, POURQUOI PAS VOUS?

Vous voulez créer une entreprise? L'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce vous conseille et vous accompagne dans toutes les étapes de votre projet. **Pour tout renseignement, contactez l'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce : 7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 Luxembourg • Tél.: [+352] 42 39 39 - 330 • Fax. [+352] 43 83 26 • e-mail: entreprises@cc.lu**

ESPACE  ENTREPRISES

VOTRE PARTENAIRE POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE
AU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

**CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG**



PROGRAMME DE FORMATION 2005

INTITULÉ	DATES	HORAIRE	PRIX
CRÉATION D'ENTREPRISE			
Cours pour l'accès à la profession de débits de boissons alcooliques et non-alcoolique mardis et samedis de 19.00 - 21.00	08/01/2005	jeudis et samedis de 19.00 - 21.00	200 €
Cours pour l'accès à la profession de commerçant	19/02/2005	lundis, mercredis, vendredis de 18.30 - 21.00	300 €
FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE			
IFCC AFTER WORK TRAINING PROGRAM			
MARKETING			
Techniques des études de marché	18/01/2005	mardis et jeudis de 18.30 - 21.00	150 €
DROIT			
Droit du travail et de la sécurité sociale	19/01/2005	mercredis de 18.30 - 21.00	200 €
Droit commercial	15/02/2005	mardis de 18.30 - 21.00	175 €
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES			
Gestion des ressources humaines	16/02/2005	mercredis de 18.30 - 21.00	200 €
COMPTABILITÉ			
Comptabilité et fiscalité des salaires et traitements	17/02/2005	jeudis de 18.30 - 21.00	200 €
IFCC ENTREPRISES			
SÉMINAIRES BUREAUTIQUE			
Initiation à Word	24,25/01/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
Perfectionnement en Word	28/02 et 01/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
MS-Word - Formulaires et lettres types	21/03/2005	09.00 - 12.00	120 €
Initiation au PC et à Windows	01,03/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
Initiation à Excel	31/01 et 2/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
Initiation à Access	23/02 et 2/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
Perfectionnement en Access	21,23/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
Initiation à Outlook	15/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	200 €
Perfectionnement en Outlook	17/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	200 €
Initiation à Powerpoint	16/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	200 €
Faites vos premiers pas sur internet	28/01/2005	09.00 - 12.00	120 €
Communiquer par e-mail avec Outlook Express	28/01/2005	14.00 - 17.00	120 €
La recherche efficace sur internet	25/02/2005	09.00 - 12.00	120 €
Introduction à la création d'un site web	25/02/2005	14.00 - 17.00	120 €
Initiation à FileMaker Pro	17,18/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
Perfectionnement en FileMaker Pro	24,25/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	390 €
Initiation à FrontPage	01/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	200 €
Progresser en FrontPage	22/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	200 €
Initiation à Computer Aided Design (CAD) et à Windows	2,4,7,11,14,16,18,21,23/03/2005	16.30 - 19.30	550 €
Online Banking	15/03/2005	09.30 - 12.30 et 13.30 - 15.30	165 €
COMPTABILITÉ ET FINANCES			
Plan et techniques de financement	21,28/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Finances pour dirigeants: Quelles informations pour diriger votre entreprise	03,04/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
DÉVELOPPEMENT PERSONNEL			
Savoir communiquer dans la vie professionnelle	24,31/01/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	250 €
Durchsetzungsvermögen	19,20/01 et 24/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	300 €
Praktische Menschenkenntnis: Sich selbst und andere besser kennen lernen	14,15/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Communication écrite dans l'entreprise	22,23/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Gestion du stress	24,25/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	250 €
Oser être soi-même et réussir	28/02 et 01/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	250 €
Motivation personnelle	01,02/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Gérez les interruptions dans son travail	07/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	175 €
Accueil et attitudes de qualité	10,11/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	350 €
Mitarbeiter wirklich führen	14,15/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Professionnelle Gesprächsführung	14,15/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Techniques relationnelles et connaissance de soi	22,23/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
MARKETING ET COMMERCIAL			
Erfolgreicher verkaufen im Aussendienst	27,28/01/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	350 €
Der Servicetechniker als kundenbindender Erfolgsfaktor des Unternehmens	24,25/02/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	350 €
Cybermarketing	07,08/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Techniques de négociation commerciale	10,11/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	275 €
Vendre en toute intégrité	17,18/03/2005	08.30 - 12.30 et 13.30 - 17.00	250 €

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez vous adresser à:
Institut de Formation de la Chambre de Commerce

||| Locaux:

7, rue Alcide de Gasperi · Luxembourg-Kirchberg

✉ Adresse postale:

Institut de Formation de la Chambre de Commerce
L-2981 Luxembourg

☎ (+352) 423939-220

☎ (+352) 423939-820

✉ info@ifcc.lu

🌐 www.ifcc.lu



Institut de Formation de la Chambre de Commerce
Fabricant de succès

1,2,3,GO: place à l'innovation !



Le 8 décembre a eu lieu la première rencontre interrégionale de l'édition 2004-2005 organisée par Business Initiative dans le cadre du parcours de plans d'affaires 1,2,3,GO. La manifestation s'est déroulée à la Chambre de Commerce de Sarrebruck en Allemagne, en présence du Secrétaire du Ministère de l'Economie et du Travail de la Sarre, M. Christian Ege. Plus de 150 participants ont pris part à l'événement dans une salle comble. Le Vice-Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Sarre, Monsieur Franz Josef Juchem a accueilli les participants avec un mot de bienvenue. Monsieur Ege, le Secrétaire du Ministère de l'Economie et du Travail de la Sarre a salué l'implication de ses homologues de la Grande Région qui participent à l'initiative et souligné l'importance de mise en commun de nos talents régionaux liés à l'entrepreneuriat. La Sarre, tout comme la Grande Région, a besoin d'entrepreneurs, a souligné Monsieur Ege. Celui qui veut se lancer dans les affaires doit être soutenu et encouragé. La mission du réseau interrégional 1,2,3,GO, qui compte aujourd'hui 270 coaches, auquel s'associent des partenaires privés et publics, est d'aider ces entrepreneurs en quête de conseils, à finaliser un plan d'affaires. En effet, ce document constitue une étape incontournable avant la création d'une entreprise. Il doit être établi dans les règles et selon des critères définis. Un plan d'affaires bien structuré, dont tous les aspects ont été examinés et analysés,

fait gagner un temps précieux au porteur de projet et optimise ses chances de succès lors du lancement de son activité. Les coaches du réseau interrégional 1,2,3,GO utilisent un concept d'évaluation développé par le bureau de Conseil McKinsey. En qualité de coordinatrice Grande Région, Madame Rachel Gaessler a évoqué les critères d'évaluation de Mc Kinsey et a rappelé devant une assemblée attentive les fonctions de coaches et de jurés, membres de 1,2,3,GO.

En deuxième partie de soirée, une table ronde a été organisée. Plusieurs coaches, membres du réseau interrégional, ainsi que des porteurs de projets, ex-lauréats du parcours, ont été invités à témoigner de ce que leur a apporté 1,2,3,GO. Pour les porteurs de projets, le parcours leur a permis de mieux structurer leur démarche de création et de construire un plan d'affaires gagnant. Les coaches quant à eux, sont satisfaits de pouvoir partager leurs expériences, d'aider les porteurs de projets à surmonter les difficultés rencontrées et réfléchir avec eux à des solutions d'avenir.

Pour cette cinquième édition, le réseau des CCI de la Grande Région, et plus particulièrement la CCI de Sarrebruck et Business Initiative ont innové en proposant un nouveau concept dit «**speed-testing**». Cette séance s'est déroulée avant la manifestation et était destinée aux futurs créateurs d'entreprises innovantes, désireux de tester en temps réel leur projet avec trois coaches du réseau 1,2,3, GO. Une vingtaine de porteurs de projet aux idées originales avaient été sélectionnés. Les heureux élus ont pu présenter lors de trois entretiens individuels de 7 minutes les aspects principaux de leurs projets: description de l'idée, marché et profil de l'équipe.

A l'issue de la soirée, Monsieur Harald Martin de la radio sarroise SR1 a remercié tous les intervenants pour

leur soutien en tant qu'animateur de cette première rencontre interrégionale 1,2,3,GO de l'édition 2004-2005. Les participants ont ensuite été invités à échanger questions et conseils autour d'un buffet. Les candidats qui avaient participé au «speed-testing» ont pu s'entretenir directement et en toute confidentialité de leurs projets avec les coaches rencontrés.

Pour les mois à venir, l'agenda de 1,2,3,GO est bien rempli ! Dès janvier 2005, plusieurs lauréats de l'édition précédente présenteront leurs plans d'affaires finalisés auprès d'une plateforme de financement, organisée par 1,2,3,GO. Les projets, après formation, seront présentés à un panel d'investisseurs.

Le prochain rendez-vous interrégional, quant à lui, est fixé au 15 mars 2005, pour l'organisation d'un «Business Plan Booster» au Luxembourg. L'objectif de cette manifestation à venir est de permettre aux futurs créateurs d'entreprise de finaliser leur plan d'affaires en travaillant de manière intensive et en collaboration directe avec plusieurs coaches réunis en même temps, sur un même lieu.

Enfin, le 24 mai 2005, chaque créateur devra remettre un plan d'affaires complet pour pouvoir participer à la remise de prix interrégionale qui se tiendra fin juin en Belgique. Un jury indépendant, composé de trois personnes, évaluera les projets selon une grille établie par le bureau de Conseil McKinsey et désignera les lauréats. Les projets innovants ou à fort potentiel économique sélectionnés pourront gagner des prix en espèces pour un montant total de 50.000 euros, mais aussi du matériel et des services, notamment en comptabilité. A ce jour, quelque 61 projets pour l'édition en cours ont été reçus de la part de futurs entrepreneurs de la Grande Région. Depuis sa création en avril 2000, 1,2,3, GO a reçu plus de 1.100 projets. 120 entreprises

ont vu le jour et 500 emplois ont été créés. Ces jeunes sociétés ont généré un chiffre d'affaires global de 32 mio. d'euros.

Pour le Luxembourg, Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche assure le suivi des projets luxembourgeois. ■

1,2,3,GO offre la possibilité de pouvoir s'inscrire à tout moment et tout au long de l'année à son parcours de plans d'affaires.

Pour cela, il suffit de déposer une idée de création d'entreprise sur le site: www.123go-networking.org.

Dès acceptation du projet par le comité de lecture, le candidat aura accès gratuitement à tous les conseils du réseau.

clc

www.innovation.public.lu:

plus de 2 600 annonces technologiques

Vous êtes branché innovation technologique? Vous avez envie de promouvoir vos propres technologies ou de trouver des technologies innovantes répondant à vos besoins spécifiques?

Pour en savoir plus, visitez le Marché des technologies du Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche (www.innovation.public.lu) qui propose plus de 2 600 annonces d'offres de technologies et de recherches de partenaires techniques en Europe. Mises à jour quotidiennement, elles proviennent notamment du réseau des IRC (Innovation Relay Centres) et du 6e PCRD (Programme-Cadre européen de Recherche et Développement).

Voici deux extraits d'annonces du réseau IRC:

- Offre de technologie: Mise à jour dynamique pour téléphones mobiles (Dynamic

update for mobile phones, n° TR_20041105_14872)

Le centre d'études d'un opérateur mobile mondial basé à Londres souhaite mettre en place un conseil en collaboration. L'objectif est d'identifier et influencer sur des groupes de Standards Libres en vue de fournir des solutions maniables pour une mise à jour dynamique des téléphones mobiles.

Mots-clé: communications mobiles – sécurité des réseaux – protocoles de communication – interopérabilité

Date limite: 1^{er} mars 2005

- Offre de technologie: Fabrication de matériaux composites en utilisant une technologie d'infiltration sous pression (Manufacturing of composite materials using pressure infiltration technology, n° TO_20041104_14860)

Un institut slovaque a développé une nouvelle technologie d'infiltration sous pression de matériaux réfrac-

taires poreux en vrac (céramiques, carbone, métaux réfractaires) et de préformes de fibres réfractaires dans des métaux fondus. Cette technologie permet de fabriquer des matériaux composites interpénétrés et renforcés en fibres. Le producteur offre un service-conseil sur le site d'application du client.

Mots-clé: technologie des matériaux – matériaux composites

Date limite: 24 octobre 2005 ■

Pour consulter

le Marché des technologies:

www.innovation.public.lu.

Contact: M. Bertrand

DESSART, E-mail: bertrand.dessart@luxinnovation.lu;

tél.: +352 43 62 63 671

www.
innovation.
public.
lu

infodata
L'inspiration informatique

202, Route de Luxembourg
L-7241 Béréldange
Tél : (352) 33 16 48
Fax : (352) 33 75 55
infodata@infodata.lu
<http://www.infodata.lu>

ACCOUNTIX
SALARIX+
CAISSIX+
PROJIX+
CHANTIX+
STOCKIX+

SOLUTIONS INFORMATIQUES DE GESTION POUR PROFESSIONNELS !!!

« INFODATA vient d'intégrer une solution basée sur la technologie Biométrique au sein de tous les modules de l'ERP INTEGRIX+, ainsi la sécurité d'accès à des fonctions ou à des données du système d'information des utilisateurs d'INTEGRIX+ est complètement protégée via la reconnaissance de l'empreinte digitale de l'utilisateur. Fini les codes d'accès et les mots de passe piratés au sein de l'entreprise, seul l'empreinte digitale fait office d'identifiant de l'utilisateur. INFODATA a été le premier éditeur logiciel luxembourgeois à importer en Europe les composants biométriques de la société canadienne Biometrics Direct. »

ALWAYS ON
SAVIX+
MEDIX+ mySAV

INTEGRIX+
PRODUCTIX+ VOYAGIX+
TIMIX+ GARAGIX+



Mobilisation autour de la recherche européenne



Le 10 novembre dernier, Luxinnovation GIE, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, a organisé dans les locaux de l'Université du Luxembourg un séminaire d'information sur la thématique «les technologies de la société de l'information» du 6^{ème} Programme-cadre de recherche et développement technologique (6^{ème} PCRD – 2002-2006).

Près de 70 participants, issus de grandes entreprises, PME, centres de

recherche et laboratoires universitaires, ont assisté à cette manifestation qui avait pour objectif premier de présenter les domaines des NTIC qui seront financés dans les deux prochains appels à propositions de la Commission européenne.

Deux experts de la Commission européenne ont présenté de façon détaillée les actions de R&D couvertes par le programme de travail. Ils ont également donné aux futurs participants un certain nombre de recommandations à suivre pour réussir un projet 6^{ème} PCRD.

Dans son allocution, Monsieur Marco Valentiny, Président de Luxinnovation, a insisté sur l'importance d'un positionnement du Luxembourg dans les consortia qui développeront les technologies, procédés et produits de demain. Il a également tenu à atténuer les craintes et réticences des participants potentiels en présentant les services d'accompagnement offerts par Luxinnovation dans le cadre des programmes européens (test d'éligibilité

du projet, recherche de partenaires, audit des propositions,...).

L'illustration d'une participation réussie au programme a été présentée par Monsieur Geoffrey Thompson, Directeur de la société ERIN, jeune PME active dans le domaine des TIC, qui a fait profiter les participants de son expérience enrichissante.

L'objectif de Luxinnovation dans le cadre de ce séminaire était également de fédérer les acteurs publics et privés de l'économie luxembourgeoise afin de développer leurs collaborations futures. A cette fin, trois chefs de laboratoires représentant les Centres de Recherche Publics Gabriel Lippmann, Henri Tudor et l'Université du Luxembourg, ont exposé aux industriels présents, leurs compétences respectives en matière de technologies de l'information. Ils ont également mis en évidence les corrélations existantes entre ces compétences et le programme de travail NTIC du 6^{ème} PCRD.

Pour plus d'informations, contacter Luxinnovation/Point de contact national pour le 6^e PCRD: M. Jean-Michel LUDWIG, tél: 43 62 63 1, e-mail: jean-michel.ludwig@luxinnovation.lu

24 janvier 2005

Prix interrégional de la recherche:

un succès commun

En 2003, les Exécutifs de la Grande Région ont convenu lors du 7e Sommet de mettre en valeur l'engagement de la communauté transfrontalière de la recherche, en créant le Prix Interrégional de la Recherche.

Ce prix, doté de 5 000 EUR, est destiné à récompenser des scientifiques, des jeunes chercheurs ou des institutions de la Grande Région pour leur contribution à faire progresser la

recherche dans l'espace de coopération transfrontalière, que ce soit de manière bilatérale ou multilatérale.

La remise du Prix Transfrontalier de la Recherche aura lieu le 24 janvier 2005 en Lorraine, lors de la 8e Rencontre au Sommet des Exécutifs de la Grande Région.

Cette initiative sera renouvelée chaque année.

La coordination concernant les dossiers introduits par les candidats

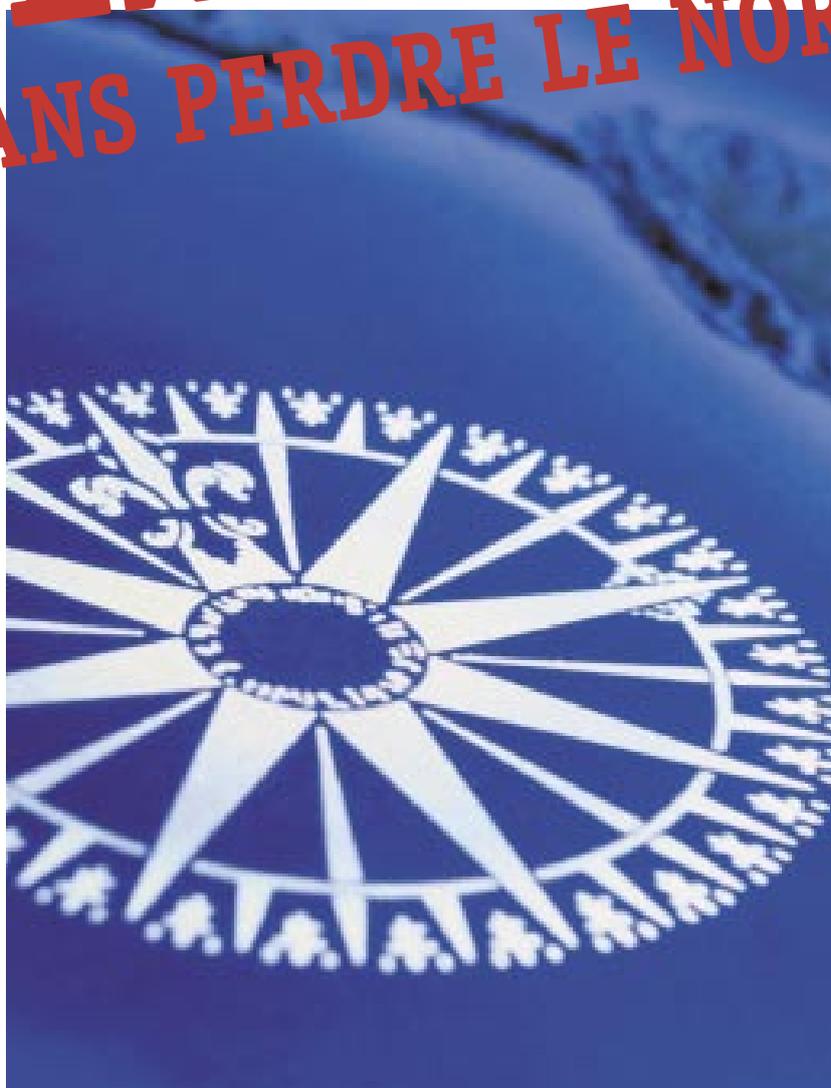
luxembourgeois est assurée par le Fonds National de la Recherche. Merci de contacter Madame Ulrike KOHL pour toute question (+352 26 19 25 32 ou ulrike.kohl@fnr.lu)

Pour en savoir plus consultez: www.innovation.public.lu. Agenda de l'innovation



OFFICE DU
DUCROIRE
GRAND-DUCHE DE LUXEMBOURG

**EXPORTER
SANS PERDRE LE NORD**



ASSURANCE-CRÉDIT

7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 LUXEMBOURG
Tél. (352) 42 39 39 - 320 • Fax. (352) 42 39 39 - 821 • www.ducroire.lu • e-mail odl@cc.lu

Premier site à recevoir le certificat

«Luxembourg e-privacy Certified»

Le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche, www.innovation.public.lu est désormais détenteur du nouveau certificat «Luxembourg e-privacy Certified», dédié aux sites non transactionnels qui collectent et traitent des données personnelles.

Comme «Luxembourg e-Commerce Certified» et «Luxembourg e-Commerce Certified Partner», ce certificat est destiné à garantir la qualité et la sécurité des sites Internet luxembourgeois.

Le certificat «Luxembourg e-privacy certified» permet plus précisément de répondre aux besoins des sites Internet qui souhaitent garantir un haut niveau de confiance et de sécurité à leurs utilisateurs (consommateurs ou professionnels). Ainsi, il s'adresse aux sites Internet désireux d'assurer à leurs visiteurs que les données personnelles collectées lors de leur visite sur un site certifié seront traitées et stockées con-



formément aux exigences de la loi du 2 août 2002 relative à la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel.

www.innovation.public.lu collecte et traite des informations personnelles renseignées par ses membres lors:

- de leur inscription gratuite;

- de leur demande d'abonnement à la lettre de diffusion hebdomadaire personnalisée;
- de leurs requêtes en matière de services gratuits via des formulaires électroniques.

Il existe deux autres certificats:

- le certificat «Luxembourg e-Commerce Certified», dédié à la certification des sites commerciaux transactionnels (achat en ligne) et des sites commerciaux non-transactionnels qui fournissent certains services particuliers (devis, réservation), avec 6 sites actuellement certifiés;

- le nouveau certificat «Luxembourg e-Commerce Certified Partner», dédié à la certification des hébergeurs des sites Internet et des prestataires de paiements électroniques.

L'attribution de chacun des trois certificats repose sur un audit effectué par la Société Nationale de Certification et d'Homologation (SNCH), accréditée par l'Office luxembourgeois d'Accréditation et de Surveillance (OLAS). ■

Luxinnovation

Luxinnovation fête son

20^e anniversaire



Le 13 décembre dernier, Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, a fêté ses 20 années d'existence au service des entreprises, organis-

mes de recherche et porteurs de projets innovants.

A cette occasion, Luxinnovation a accueilli ses partenaires et les principaux représentants de la communauté de l'innovation et de la recherche au Luxembourg dans les locaux de la Chambre de Commerce, pour retracer et fêter 20 ans de projets innovants et de recherche.

Ce 20^e anniversaire a été rehaussé par l'intervention de M. Jeannot

Krecké, Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur et de M. François Biltgen, Ministre de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche lors de la séance académique; M. Robert Dennewald, Président de Chaux de Contern, est également intervenu durant de cette séance. ■

Pour plus d'informations:
www.luxinnovation.lu

18 novembre 2004

Remise du **Prix luxembourgeois de la qualité 2004**

Le 18 novembre 2004, Jean-not Krecké, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, a remis pour la première fois le Prix luxembourgeois de la qualité 2004 et le Prix de l'innovation organisationnelle.

La remise des prix a été effectuée en compagnie de Jacques Lanners, président du Mouvement luxembourgeois pour la qualité (MLQ) ainsi que des sponsors du prix (la Banque Générale de Luxembourg, l'Hôtel Sofitel et l'Entreprise des Postes et Télécommunications). La remise des prix, qui clôturait la Semaine de la qualité, s'est déroulée à l'hôtel Sofitel à Luxembourg. Plus de 100 personnes étaient présentes pour assister en exclusivité au couronnement des lauréats de cette première édition.

Parmi les douze candidats, deux ont eu l'honneur de recevoir la plus haute distinction. Le Prix luxembour-

geois de la qualité a été décerné au Group 4 Falck pour la catégorie «Grande entreprise» et au Centre Emmanuel asbl pour la catégorie «Organisme d'utilité publique». L'unité de psychiatrie des adultes et des adolescents de l'hôpital Kirchberg a reçu le Prix de l'innovation organisationnelle pour sa pratique d'accompagnement thérapeutique externalisé.

Enfin, les candidats qui ont présenté des pratiques de bon niveau et des résultats encourageants suite aux évaluations se sont vu remettre une mention «sur la voie de l'excellence». Les candidats concernés sont le Commissariat aux affaires maritimes (avec la mention spéciale du jury), le cabinet d'architectes Ballini, Pitt & Partners, le cabinet d'architectes Georges & Theis et l'unité de psychiatrie des adultes et des adolescents de l'hôpital Kirchberg.

La cérémonie de remise des Prix s'est achevée par un dîner de gala lors duquel M. Patrice Waltzing, General Manager de Technicolor Luxembourg, a présenté la stratégie qualité de Technicolor et son impact positif sur les résultats du site de production de Foetz. Le Mouvement luxembourgeois pour la Qualité a profité de la clôture de cette première édition du Prix Luxembourgeois de la Qualité pour lancer l'appel à candidature de l'édition 2005.

Pour tout renseignement:
M. Yves Collet,
Mouvement Luxembourgeois
pour la Qualité,
e-mail: info@mlq.lu,
tél.: +352 545 580 580,
fax.: +352 54 55 80 501.

Kompetenz im Hallenbau

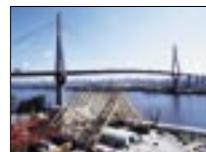
Wir von Brüninghoff planen und bauen seit beinahe 30 Jahren für die unterschiedlichsten Branchen in Deutschland. Das heißt: 30 Jahre tägliche Problemlösung, Planungsleistung, Fertigungskompetenz in Holzleim-, Stahl- und Fertigbetonbauweise, Bauleitung und Projektmanagement. In diesen Jahren wurden Bauvorhaben für Industrie und Gewerbe sowie Sportstätten und landwirtschaftliche Gebäude erfolgreich geplant und bis zur schlüsselfertigen Übergabe begleitet.

Für uns ist eine Planung nur gut, wenn die gewählten Baustoffe aus Holz, Stahl oder Stahlbeton, die Konstruktion und die Funktionalität auf lange Sicht den Erwartungen unserer Bauherren entsprechen. Die Basis dafür ist eine ausreichende Planungstiefe. Wir planen nicht nur wirtschaftlich im Sinne einer sparsamen Verwendung von Baumaterialien oder optimierter Grundrisse, sondern denken auch an die späteren Betriebskosten der Projekte. Eine kurze Bauzeit durch präzise Ausführungsplanung,

perfekte CAD-Planung des Objektes, hohe Vorfertigung von Fertigteilen und Bauelementen, Herstellung auf modernsten CNC-Fertigungsanlagen im eigenen Betrieb, die umfassende Bauleitung sowie permanente Kostenverfolgung und Kontrolle aller Arbeitsabläufe während der gesamten Realisierungsmaßnahme sind für uns wesentliche Maßnahmen für einen wirtschaftlichen Bauverlauf und eine reibungslose Montage. Das ergibt die Sicherheit für den schlüsselfertigen Hallenbau.

Auf uns kann man sich verlassen. Bei uns kommt alles aus einer Hand. Nahezu 200 kompetente Mitarbeiter in allen Bereichen engagieren sich für Sie. Und wir wissen, worum es geht und worüber wir sprechen. Das alles macht uns zu kompetenten Partnern im Hallenbau.

Unser Ziel ist es, Ihr Vertrauen zu gewinnen.



Brüninghoff
Holzleimbau
Zimmerei
Beton- und Stahlbau
Fertigbauteile
Schlüsselfertiges Bauen

Industriestraße 14 · D-46359 Heiden/Westfalen · Postfach 11 63 · D-46355 Heiden/Westfalen
Tel. +49 (0) 28 67/97 39-0 · Fax +49 (0) 28 67/97 39-900 · Internet: www.brueninghoff.de · E-Mail: info@brueninghoff.de

Le Professeur Fontagné sur la **compétitivité**



Le Professeur Fontagné, le Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Jeannot Krecké, et le Directeur du Statec, Serge Allegrezza, lors de la présentation du rapport sur la compétitivité du Luxembourg (d. g. à d.)

présente son rapport du Luxembourg



A la demande du Comité de coordination Tripartite, le gouvernement a mis en place l'Observatoire de la Compétitivité et mandaté un expert externe, le Professeur Fontagné, afin de dresser un bilan de la position compétitive du G.-D. de Luxembourg. Le «Merkur» publie sur les pages suivantes le résumé rédigé par le Professeur Fontagné de son rapport qui a été présenté officiellement le 30 novembre dernier. Ce rapport alimentera le débat sur la compétitivité du Grand-Duché, débat qui devra aboutir à l'élaboration d'un plan d'action national destiné à remettre durablement l'économie luxembourgeoise sur une trajectoire de croissance plus dynamique, à consolider le modèle social et à préserver la qualité de l'environnement.

Avec un revenu par tête supérieur à celui des Etats-Unis, le G.-D. est l'économie la plus riche d'Europe. La reconversion d'une structure économique fortement marquée par l'industrie à une économie de services ayant surfé sur la bulle financière a donc été un succès total. Ceci ne dispense pourtant pas de s'interroger sur la compétitivité du Luxembourg. Et ceci pour trois raisons.

Apparition de redoutables compétiteurs dans les services, éclatement de la bulle financière, avan-

cées de l'intégration européenne dans le domaine fiscal, élargissement de l'Union européenne à d'autres petits espaces économiques très ouverts: le modèle luxembourgeois va tout d'abord être soumis à de fortes contraintes et ceci constitue une première raison pour s'interroger sur la compétitivité du G.-D.

La prospérité des années 1990 a masqué des difficultés structurelles qui pourraient rendre le modèle non soutenable. Ceci constitue une deuxième raison pour s'interroger sur la compétitivité du Luxembourg.



Les réformes étant difficiles à justifier tant que le modèle fonctionne, les années 1990 ont laissé se développer une vision erronée de la position luxembourgeoise, mésestimant les questions de long terme. On recense ainsi des éléments d'inefficacité de nature à bloquer la nécessaire diversification et la nécessaire orientation vers un véritable cluster basé sur d'autres atouts que des distorsions de concurrence. Il s'agit maintenant pour le G.-D. de passer à de nouvelles modalités de compétition basées sur la société de la connaissance.

Enfin, même si le G.-D. dispose d'atouts importants, ces atouts ont créé un sentiment généralisé d'isolement des contraintes internationales, voire même des contraintes économiques, et encouragé la mise en place d'un contexte sociopolitique propice aux blocages, à l'extraction de rentes, et donc peu enclin aux réformes. Le réveil pourrait être douloureux, si des ajustements ne sont pas réalisés rapidement; le niveau de richesse du pays permettrait de traiter les problèmes en amont, «à froid» en quelque sorte, de façon à préserver les équilibres sociaux. Notre conclusion est que le modèle doit être adapté, si l'on souhaite le préserver. C'est parce que le Luxembourg a aujourd'hui les moyens de s'offrir une stratégie réformatrice, négociée entre l'Etat et les parties intéressées, correctement financée et assurant les transitions nécessaires que les évolutions de l'environnement économique du G.-D. doivent être accompagnées.

■ Le cadre de référence

Cette réflexion sur la compétitivité luxembourgeoise s'inscrit dans un double contexte. Au niveau du G.-D., tout d'abord, le Comité de coordination Tripartite a demandé qu'une évaluation de la compétitivité de l'économie luxembourgeoise soit réalisée par un expert indépendant. L'auteur de ce rap-

port a procédé en combinant analyses statistiques et entretiens avec les partenaires sociaux. Au niveau européen, ensuite, la nouvelle Commission préparera le Conseil de mars 2005 et fixera un nouveau calendrier pour Lisbonne, ou en recentrera les objectifs. Le Luxembourg est concerné par cette approche au même titre que les autres Etats membres. Produire un rapport sur la compétitivité du Luxembourg, faisant écho au rapport de la commission Wim Kok, était donc un exercice indispensable.

Mais de quoi parle-t-on? Conformément à l'approche de Lisbonne, l'auteur de ce rapport est d'avis que la compétitivité n'est pas un objectif ultime de la politique économique mais simplement un objectif intermédiaire. L'objectif ultime reste le bien-être de la population, lequel pondère différemment les objectifs de réduction des inégalités, de lutte contre la pauvreté, d'importance du filet social selon les préférences collectives. Ceci conduit à se donner une définition de travail: «la compétitivité est finalement pour une nation la capacité à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale tout en préservant l'environnement».

Sans s'appuyer sur des notations et classements multicritères, toujours sujets à caution, le présent rapport propose un tableau de bord de la compétitivité qui sera mis en place par l'Observatoire de la Compétitivité. Après consultation des partenaires sociaux concernant la liste d'indicateurs, une liste de 80 indicateurs, répartis en 10 catégories, a été retenue.

■ L'état des lieux

Les difficultés recensées par le rapport sont connues: progression très rapide des dépenses publiques, inflation, dérive des coûts salariaux unitaires, chômage en hausse, interrogations sur la soutenabilité des dépenses sociales et sur les régimes

de retraite pour ce qui concerne le contexte macroéconomique. Inefficacité du système éducatif, dualité du marché du travail, esprit d'entrepreneuriat limité, retard dans la mise en œuvre des nouvelles technologies (en particulier au sein de l'administration publique) et difficultés à réformer pour ce qui concerne les dimensions plus microéconomiques.

L'analyse du modèle compétitif du G.-D. est plus original: ayant tiré parti d'éléments de souveraineté pour bâtir de toutes pièces un cluster financier, le Luxembourg a bénéficié d'effets d'agglomération et de sa petite taille limitant les externalités négatives supportées par ses grands voisins. Le Luxembourg a donc moins à craindre les aléas des marchés financiers, qui affectent toutes les places, que les évolutions de son environnement institutionnel et réglementaire au sein de l'Union européenne.

La réussite du Luxembourg a été sa capacité à créer de toutes pièces une compétence forte à partir de cette distorsion initiale. Cette stratégie a constitué une réponse appropriée pour une économie sinistrée par le recul du cœur de son industrie. On peut considérer que l'acceptation de cette distorsion au niveau communautaire a été une subvention à la reconversion de l'économie luxembourgeoise. Ces temps sont révolus et les partenaires européens deviennent plus incisifs. Il s'agit maintenant de trouver un nouvel équilibre entre exploitation de la souveraineté en matière fiscale et réglementaire, et capacité à tirer bénéfice du processus européen d'intégration. Ce nouvel équilibre implique de diversifier les risques, de rendre les externalités sur les pays voisins plus diffuses, enfin et surtout d'entrer de plain-pied dans l'économie de la connaissance. Or, c'est probablement de ce dernier point de vue que le G.-D. s'est le moins bien préparé. Le modèle compétitif luxembourgeois a bien fonctionné jusqu'ici, mais il

est temps de l'adapter, tout en préservant l'atout central que constitue la cohésion sociale.

Plus généralement, le Luxembourg est probablement devenu trop spécialisé. Dynamisé par les afflux de travailleurs en provenance de la Grande Région, le marché du travail du G.-D. est devenu totalement dual. Efficace, multilingue et fonctionnant en circuits courts, l'administration du G.-D. s'est laissée distancer par les nouvelles technologies et offre des nouveaux de rémunération jugés distorsifs par le secteur privé. Les coûts salariaux élevés au G.-D. sont sans rapport avec le niveau moyen de la qualification de la main d'œuvre, le niveau d'éducation plutôt bas. L'indexation est dénoncée comme un archaïsme par les représentants des firmes et le salaire minimum est suffisamment élevé pour qu'il ait perdu de vue son objectif redistributif, les inconvénients en termes de rigidité du marché du travail l'emportant désormais sur les avantages. Dépassée par la croissance rapide, la politique d'aménagement du territoire n'a pas su faire face aux défis posés par les commutations de travailleurs et les résistances de la population à l'urbanisation. L'esprit d'entreprise a été décrit comme relativement absent par nos interlocuteurs, l'innovation n'a pas su répondre au défi de la petite taille, et l'accès aux technologies nouvelles est insuffisant. Tout ceci ressemble beaucoup à l'assouplissement d'un champion sevré de certificats de réussite économique. En termes d'analyse économique, on s'oriente vers ce qu'il est convenu d'appeler une économie de rentes.

Le modèle de cluster très spécialisé s'appuyant sur l'attraction des ressources étrangères, localisé dans une économie de petite taille pratiquant la concurrence fiscale pour attirer les bases et parvenant à financer un système social généreux tout en maintenant un budget équilibré, a donc probablement atteint aujourd'hui ses limites. Nous

proposons un menu de 10 mesures aux partenaires sociaux. L'esprit de ces propositions est plus d'indiquer des directions de discussion au sein de la Tripartite, que de se substituer aux partenaires sociaux et au Gouvernement dans l'examen des modalités pratiques de mise en œuvre. Afin toutefois de donner plus de substance à ces propositions, nous indiquons quelques modalités concrètes susceptibles d'éclairer notre approche générale.

■ Des changements nécessaires

La première direction est de développer l'éducation supérieure et la recherche, domaine dans lequel le déficit du Luxembourg est considérable. Or, dans la société de la connaissance, un Etat pourra difficilement rester deux fois plus riche que la moyenne de ses voisins sans s'appuyer sur une forte éducation supérieure.

Il s'agit en second lieu de former les moins qualifiés; cette dimension de l'investissement dans le capital humain ne doit pas être mésestimée. Cette proposition rejoint les préoccupations de l'Etat luxembourgeois en matière d'employabilité; il nous semble pourtant nécessaire d'aller plus loin en affichant une mesure phare «appropriable» par chaque salarié. C'est ainsi qu'un chèque formation devrait être remis aux élèves sortant de façon prématurée de l'enseignement, utilisable tout au long de leur vie professionnelle.

La troisième direction de travail concerne l'instauration d'un Salaire Minimum Formation. Le salarié touche un salaire égal au salaire minimum de plein temps. L'Etat finance une partie du salaire payé par l'entreprise et la formation est rémunérée au salaire minimum par l'Etat en débitant le chèque formation de l'intéressé.

Dans le même esprit d'améliorer le fonctionnement du marché du travail tout en investissant dans

le capital humain, nous proposons de moduler l'échelle mobile par un crédit formation. Partant du constat de nécessité de formation tout au long de la vie, et du filet de sécurité en matière de pouvoir d'achat que constitue néanmoins ce système pour les salariés en bas de l'échelle des salaires, il est souhaitable de substituer au mécanisme actuel un système à double détente. A partir d'un certain pourcentage de dépassement du salaire minimum, les effets de l'indexation sur le salaire sont capitalisés (plutôt que distribués) dans un compte individuel d'épargne formation approvisionné par l'entreprise mais indépendant de celle-ci afin d'assurer la mobilité des salariés.

Le rapport insiste ensuite sur la nécessité de déréglementer le secteur des technologies de la communication et de l'information au Luxembourg. L'importance de l'opérateur dominant des télécommunications a été un frein décisif à la diffusion des TIC au sein de la société avec des effets négatifs de compétitivité en cascade.

Favoriser la création d'entreprise est la proposition suivante, rejoignant ici très largement les orientations récentes du Gouvernement. L'Administration publique a également sa pierre à apporter à la compétitivité, en renforçant l'efficacité de la dépense publique. Passer à l'e-administration est donc une urgence.

Les mesures suivantes forment enfin un tout cohérent, visant à modifier l'équilibre sociopolitique dans un sens «pro-réformateur».

Ouvrir la fonction publique est une première proposition en ce sens. Attirer les compétences étrangères y compris en provenance des nouveaux Etats membres et des pays tiers, et donc adopter une politique beaucoup plus ambitieuse d'immigration irait dans le même sens. Enfin, rien de décisif ne pourra probablement se faire sans modifier l'équilibre de l'économie politique.



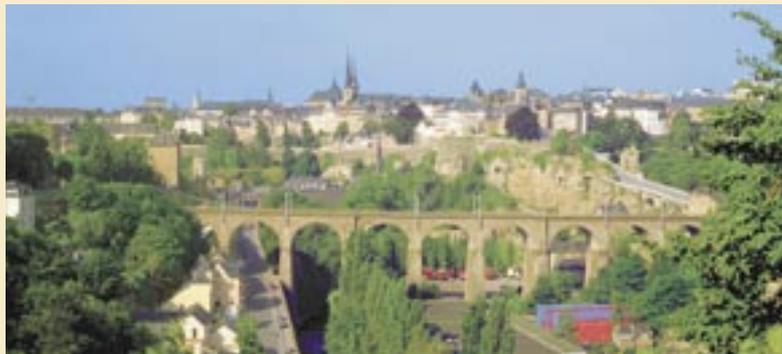
Economie

De ce point de vue la situation dans laquelle l'essentiel de la dynamique de l'emploi repose sur les salariés migrant ou commutant, alors que le vote est concentré sur les inactifs ou les actifs de la sphère publique, est une source de blocage à laquelle un réexamen des questions de double nationalité et de participation politique des étrangers aux scrutins permettrait d'apporter une solution.

■ Les démarches futures

Le présent rapport a des limites intrinsèques à un exercice purement macroéconomique; il propose donc de lancer des études thématiques en complément sur les sujets du commerce électronique, de la compétitivité du cluster financier, sur celle de l'industrie, sur l'entrepreneuriat, enfin sur l'efficacité de la dépense publique.

Ce rapport identifie également des limites fortes au niveau des sta-



tistiques: les données gagneraient à être compilées sur une base régionale, et non limitée au Luxembourg,

et dans de nombreux domaines, et des travaux approfondis sur la productivité devraient être lancés. ■

La version PDF du résumé, ainsi que le rapport, peuvent être téléchargés à l'adresse suivante:

www.eco.public.lu.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter:

Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur,

Observatoire de la Compétitivité, 19-21

Boulevard Royal, L-2449 Luxembourg,

tél. +352 478 4155, fax +352 22 26 70, e-mail: observatoire@eco.etat.lu,

site: www.eco.public.lu

www.cobelfret.com

COBELFRET

SHIPS / TERMINALS / TRAILERS / CONTAINERS / TRAINS / TRUCKS / BARGES / SYSTEMS / PEOPLE

Il en apprend tous les jours...

Une initiative de l'INFPC, Institut National pour le développement de la Formation Professionnelle Continue, soutenue par le Ministère de l'Éducation Nationale, de la Formation Professionnelle et des Sports

A tout âge, apprendre, c'est vivre avec son temps

Le monde bouge vite, de plus en plus vite. La société se transforme. Les technologies évoluent. Tout s'accélère... Pour rester dans le mouvement, il faut s'adapter, faire preuve d'esprit d'ouverture, de curiosité et apprendre... tout au long de la vie.

La formation professionnelle continue offre cette possibilité à chaque individu. C'est aussi un outil efficace au service des entreprises soucieuses d'élever le niveau de compétences de leur personnel pour rester compétitives.

Aujourd'hui, différents partenaires conjuguent leurs efforts afin de proposer à chacun, selon ses aspirations et ses objectifs, des programmes de formation de qualité pour progresser.

Des centaines de formations à découvrir sur:

www.lifelong-learning.lu

infoligne

26 20 40

La formation professionnelle continue, pour avancer avec le monde.

en partenariat avec:

Aforest Lux
Chambre de Commerce
Chambre de Travail
Chambre des Employés Privés
Chambre des Métiers
Computacenter IT Education Services
Deloitte & Touche - Development Centre
Double A Technologies Group
Fashion Genius Institute
GIE SITec
INFPC
inlingua Formation Langues
Key Job Computer Training
Ministère de l'Éducation Nationale,
de la Formation Professionnelle et des Sports
Ministère du Travail et de l'Emploi /
École Supérieure du Travail
OLAP - Office de Productivité
PwC ACADEMY
SECURITAS Centre de Formation
STOLL Safety
TELINDUS Formation

Lancement du

Le 29 novembre 2004, le «Portail à guichet unique pour entreprises» a officiellement été mis en ligne par les Ministres Jeannot Krecké, Fernand Boden et Claude Wiseler. Cet ambitieux projet, s'inscrivant dans le cadre du programme e-Luxembourg et placé sous l'autorité du Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur, a été développé conjointement par le Ministère des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement, le Ministère de la Fonction publique et de la Réforme administrative et le Ministère de la Justice.

Par ailleurs, pour toute question relative à la création d'entreprise, cette rubrique propose un formulaire en ligne pour toute demande d'informations complémentaires (à renvoyer à info@entreprises.public.lu).

■ Philosophie du Portail

Le Portail fédère, complète et structure logiquement les informations des sites précédemment mis en place par les ministères, administrations et organisations professionnelles concernés.

Il fonctionnera comme une porte d'accès à une information ciblée, à partir de laquelle les visiteurs auront la possibilité d'interagir avec les différents acteurs, de demander du conseil et de bénéficier de services à valeur ajoutée.

Le «Portail à guichet unique pour entreprises» est destiné à devenir, à terme, un lieu d'échanges privilégié entre les sociétés, les administrations compétentes et les chambres professionnelles. Il devra centraliser les démarches administratives, abolissant de ce fait (virtuellement) les distances géographiques et évitant ainsi aux entreprises et citoyens, les contraintes relatives aux horaires d'ouverture des guichets administratifs.

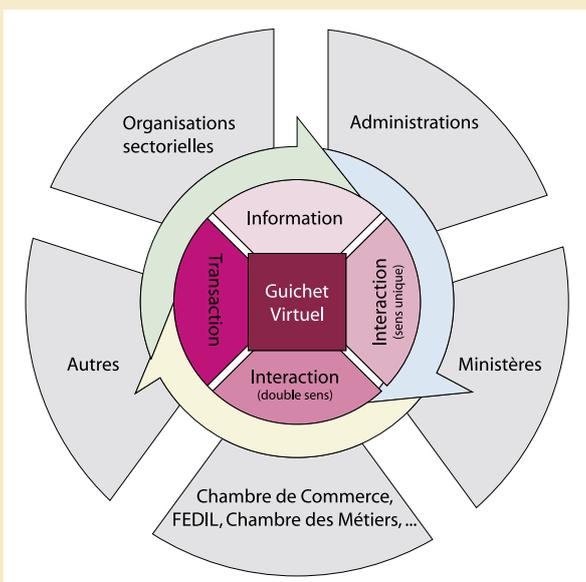
De plus, nombre d'acteurs publics collaborent actuellement à l'instauration d'un guichet électronique dans leur domaine d'activité. Cette initiative nécessitera, à moyen terme, une réforme interne de l'organisation de l'administration, une modernisation des méthodes de travail et une simplification des procédures administratives existantes.

Dans sa version actuelle, «www.entreprises.lu» présente des informations, des démarches à suivre et des conseils pratiques pour chacune des étapes de la vie d'une entreprise (création, gestion, développement, transmission, cession).

Le site détaille les procédures administratives les plus importantes et propose au téléchargement des publications et formulaires utiles à la gestion de toute entreprise.

Il présente, en outre, des rubriques «Actualités» et «Agenda», offrant des informations ciblées sur la vie économique et les principaux rendez-vous susceptibles d'intéresser les entrepreneurs et futurs créateurs d'entreprises.

Pour son côté immédiatement pratique, un carnet d'adresses fourni est disponible sous la rubrique «Contact», indiquant les coordonnées de personnes spécialisées dans le domaine de l'entreprise.



Le «Portail entreprises» est également le résultat d'une collaboration efficace avec la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et la Fédération des Industriels (FEDIL).

«Portail entreprises»

■ Origines du projet

Le «Portail entreprises» est un projet eGovernment, réalisé dans le cadre du programme eLuxembourg et dans le respect de la chartre de normalisation de la présence de l'Etat sur Internet. Le Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur s'est fortement impliqué dans les travaux de la Commission nationale pour la société de l'information (CNSI), mise en place par le Gouvernement en l'an 2000. Cette commission interministérielle a dirigé et surveillé depuis lors la mise en place du programme d'action eLuxembourg, dont l'un des objectifs est de faciliter la vie quotidienne des citoyens et des entreprises, en utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

A ce titre, la CNSI a confié au Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur la responsabilité et la maîtrise d'ouvrage pour l'élaboration d'un «Portail à guichet unique pour entreprises».

■ Public cible et objectifs visés

Le public cible du nouveau portail sont les entrepreneurs de PME/PMI existantes, les futurs créateurs d'entreprises, les investisseurs potentiels, les agents de l'Etat et des administrations, tous les professionnels liés à la création et à la gestion d'entreprises constituant le public privilégié.

Le «Portail entreprises» veut aussi:

- stimuler l'esprit d'entreprise et la volonté d'innovation, encourager la création de sociétés, soutenir les entreprises dans leurs projets de développement,

- faciliter la recherche d'information et la structuration de la communication des entreprises avec les administrations et les ministères,
- encourager et faciliter les démarches administratives en ligne,
- regrouper, organiser et dynamiser les différents aspects administratifs, réglementaires et informatifs.

L'objectif principal du Portail est de faire économiser du temps, de l'argent et des efforts aux entrepreneurs, en réunissant en un guichet virtuel unique («one-stop-shop») les informations et services actuellement séparés et administrés en réalité par différents acteurs.

■ Axes de navigation

Afin de faciliter l'accès au contenu de «www.entreprises.lu», la méthode de recherche d'information repose sur une logique de navigation selon 3 axes principaux:

- Vie de l'entreprise (création, gestion, développement, transmission, cession, etc.),
- Fonctions (fiscalité, juridique, ressources humaines, commercial, etc.),
- Thèmes (mesures d'aides, qualité, nouvelles technologies, etc.).

La structuration du site permet au contenu de s'afficher de manière distincte, selon que l'utilisateur s'intéresse au cycle de vie de l'entreprise, aux fonctions opérationnelles ou à des thèmes transversaux plus généraux. Cette organisation permet de mieux répondre à la diversité des attentes des visiteurs, tout en garantissant la souplesse et l'évolutivité du Portail à travers le temps.



L'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce se positionne comme partenaire naturel du Portail Entreprises puisque ses spécialistes proposent aux créateurs d'entreprise et porteurs de projet qui se sont préalablement informés sur le nouveau site du gouvernement de les accompagner par un conseil et une assistance personnalisés.



«www.entreprises.lu» cible actuellement son information sur des centres d'intérêt tels que:

- la création ou reprise d'entreprises (conditions générales, aides financières publiques, démarches à effectuer, etc.),
- la gestion d'entreprises (embauche, sécurité sociale, impôts, etc.),
- le développement de l'entreprise (expansion commerciale, exploration de marchés à l'étranger, investissement, etc.),
- la transmission ou la cession d'entreprises (bourses d'entreprises, etc.).

■ Evolution et perspectives

Le «Portail à guichet unique pour entreprises» est un outil évolutif décliné en 2 phases:

Phase 1 (2002-2004): le contenu est actuellement à dominante informative et répond à un besoin du public en matière de création et gestion d'entreprise;

Phase 2: le «Portail entreprises» deviendra, dans le futur, interactif. Il est prévu d'y intégrer des services bidirectionnels et de personnalisation, ce qui, par la suite, permettra aux entreprises d'effectuer des transactions électroniques sécurisées avec les administrations et ministères (traitement end-to-end de dossiers, formulaires,...).

Cette dernière phase devra, en outre, mener à une plus grande transparence des services administratifs et à une amélioration des délais de traitement des dossiers.

A terme, toutes les transactions entre entreprises et administrations devront pouvoir être réalisées par le biais du «Portail à guichet unique», ce qui en fera un outil de gestion incontournable.

Le Portail entreprises est une véritable mine d'or pour toute personne s'intéressant à la vie des sociétés au Luxembourg.



Chambre de Commerce – STATEC

Nouvelle enquête conjoncturelle dans le secteur du commerce et des services

Les décideurs économiques et politiques ne disposent actuellement que d'un petit nombre d'indicateurs sur le secteur tertiaire, qui de par sa taille et sa structure, gagne toujours en poids. Dans le souci de mieux pouvoir suivre l'évolution conjoncturelle, la Chambre de Commerce et le STATEC lancent une enquête conjoncturelle dans le secteur du commerce et des services. Celle-ci s'ajoute aux enquêtes existantes dans l'industrie et la construction, ce qui devrait permettre une analyse complète de la situation économique actuelle et des perspectives à court et à moyen terme.

Le regroupement des besoins tant des deux partenaires que des acteurs économiques de disposer d'indicateurs prévisionnels fiables permet de limiter au strict minimum la charge administrative pesant sur les entreprises. Cette initiative fait, par ailleurs, partie des nombreuses missions attribuées à la Chambre de Commerce et au STATEC.

Ainsi, en vertu de la loi modifiée du 24 avril 1924 portant création des chambres professionnelles à base élective, la Chambre de Commerce a pour mission d'observer et d'analyser l'environnement économique en évaluant les actions politiques et l'environnement structurel

par des enquêtes, études de compétitivité et études sectorielles.

De même, la loi du 9 juillet 1962 portant institution d'un service central de la statistique et des études économiques, prévoit que le STATEC a entre autres pour mission d'étudier les mouvements conjoncturels ainsi que les changements structurels de l'économie.

L'enquête conjoncturelle dans le secteur du commerce et des services sera une enquête qualitative menée auprès d'un échantillon d'entreprises implantées au Luxembourg. En 2005, l'échantillon sélectionné regroupera 160 entreprises du secteur du commerce de détail (alimentaire et non

alimentaire, automobiles et réparation automobile, grandes surfaces) et 284 entreprises du secteur des autres services (hôtellerie et restauration, transports, communications, activités immobilières, location sans opérateur, recherche et développement, services fournis principalement aux entreprises).

Cette enquête conjoncturelle permettra de disposer dans des délais très brefs d'indicateurs pertinents sur

l'évolution d'un secteur qui représente une part importante de l'activité économique et de l'emploi au Luxembourg.

L'enquête conjoncturelle aura une cadence trimestrielle et sera effectuée respectivement en janvier, en avril, en juillet et en octobre de chaque année. Le premier questionnaire, envoyé aux entreprises fin décembre 2004, portera sur les trois derniers mois de l'année 2004, les trois

premiers mois de l'année 2005 et les perspectives à moyen terme.

La Chambre de Commerce et le STATEC se réservent également la possibilité d'implémenter l'enquête sous forme électronique. La Chambre de Commerce espère rapidement pouvoir utiliser son nouveau site Internet pour permettre aux entreprises de participer à l'enquête par voie électronique.

Semaine de la Qualité

La qualité dans les entreprises luxembourgeoises

A l'occasion de la «Semaine de la Qualité» du 8 au 18 novembre 2004 organisée par le Mouvement luxembourgeois pour la Qualité asbl avec le soutien du Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, le STATEC diffuse quelques statistiques sur les démarches qualité des entreprises luxembourgeoises.

La qualité est une notion difficile à appréhender du point de vue quantitatif, bien qu'elle soit devenue centrale dans la concurrence entre les biens et services dans un espace globalisé. La qualité permet une différenciation des produits, elle est un vecteur privilégié de compétitivité. La qualité se décline en de multiples dimensions – sécurité, confort, fiabilité –, elle est exigée par les consommateurs et les citoyens. Les démarches pour la qualité peuvent être retracées par différents indicateurs comme par exemple: les certificats ISO délivrés, les efforts pour assurer la sécurité informatique et le respect de normes environnementales.

■ Démarche qualité et certification ISO

Selon une enquête menée auprès des entreprises occupant plus de 10 salariés, qui a été réalisée fin 2003 par l'ILReS dans le cadre d'un projet eLuxembourg en partenariat avec le Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, le CRP Henri Tudor révèle certains comportements des entreprises relatives aux démarches «qualité».

En 2003, 16% des entreprises interrogées déclarent être certifiées ISO 9000, pour 11% d'entre elles la certification est en cours ou à l'étude. Près de 2/3 des entreprises (73%) n'ont pas entamé de démarche de type ISO et ne l'envisage même pas.

En revanche, la qualité est un souci de la très grande majorité des entreprises (70%), même si elles

n'ont pas entamé de procédure de reconnaissance extérieure en 2003.

■ La sécurité des systèmes d'informations

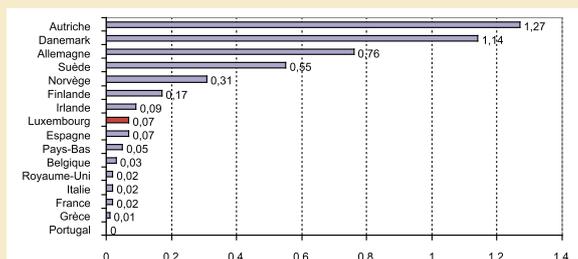
Le développement du «réseau des réseaux» fait de la sécurité des systèmes d'information un élément clé de la qualité. Parmi les entreprises interrogées, 67% disposent d'une politique de sécurité. La gestion de la sécurité informatique devient une obligation pour les entreprises, les attaques par des virus étant de plus en plus fréquentes.

Près de la totalité des entreprises disposant d'un système d'information sous forme de réseau local ou connecté à Internet, déclarent que leur accès est sécurisé (96%). La principale forme de protection est le firewall (80%) suivie par les rou-

Démarche qualité et Certificats ISO 9000	ISO	Démarche
oui	16,45 %	69,45%
en cours, à l'étude	10,93 %	5,05 %
non	72,62 %	25,50 %

Source: Enquête TU/Entreprises, ILRES / eLuxembourg (2003)

Economie



Nombre de sites validés EMAS par millier d'entreprises (2002)

teurs filtrants (65%); 35% des entreprises déclarent avoir un autre type de protection. Parmi les entreprises

interrogées ayant accès à Internet et disposant d'un site Internet, une minorité infime dispose du certificat «Luxembourg e-commerce certifié».

■ Les sites validés EMAS au niveau européen

Le règlement (CE) n° 761/2001 établit les conditions de la participation des organisations à l'EMAS. Il s'agit d'un système communautaire de management environnemental et d'audit. Ce système de

management de la qualité s'adresse à toutes les entreprises et tous les organismes quels que soient leur secteur d'activité ou leur taille. La certification s'obtient lorsqu'il est constaté que la gestion du système de management de la qualité est conforme à ces normes préétablies et après l'obtention d'une certification l'entreprise doit veiller à ce que le système soit vécu d'une façon itérative pour des progrès continus.

Une version électronique du Bulletin n° 3-2004 est disponible gratuitement sur le site Internet du STATEC à l'adresse www.statec.lu. Des renseignements supplémentaires pourront être obtenus sur le site Internet de l'office luxembourgeois d'accréditation et de surveillance (OLAS): www.olas.public.lu. Pour en savoir plus: Statec, Mme Martine HILDGEN, tél: 478 - 4330, e-mail: martine.hildgen@statec.etat.lu ou M. Yves COLLET, Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité, e-mail: info@mlq.lu, www.eco.etat.lu.

Tourisme

L'industrie hôtelière affiche de bons résultats en 2004

La tendance positive de l'activité hôtelière que le STATEC avait constatée pour la première partie de l'année 2004 se confirme, quoiqu'à un niveau légèrement inférieur. Le nombre d'arrivées dans les hôtels, auberges et pensions a augmenté de 3,8% pendant les neuf premiers mois de l'année 2004, tandis que le nombre de nuitées a connu une progression de l'ordre de 2,5%. Le ralentissement de la progression par rapport au début de l'année est sur-

tout dû aux mois de juillet et de juin qui ont connu une baisse relative de quelque 4% en moyenne.

L'industrie mondiale du tourisme a d'ailleurs fortement rebondi en 2004 et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) table sur une forte croissance en volume. Selon l'OMT «nous vivons dans une nouvelle ère, où les gens ont dû gérer leur insécurité. Ils se sont adaptés, mais ils veulent voyager et ont davantage de revenus pour le faire».

Dans la capitale le nombre d'arrivées au cours des neuf premiers mois s'est accru de 2,5% par rapport à la même période de l'année 2003, tandis que les nuitées ont connu une légère progression de l'ordre de 0,7%.

D'après les premières estimations la fréquentation des campings s'est repliée et le recul du nombre de nuitées oscillera probablement entre 7 et 10%.

ARRIVEES ET NUITÉES: HOTELS, AUBERGES, PENSIONS

	Arrivées janvier à septembre			Nuitées janvier à septembre		
	2003	2004*	2004/03	2003	2004*	2004/03
Ensemble du pays	461,5	479,0	3,8	939,3	963,0	2,5
dont						
Ville de Luxembourg	235,7	241,5	2,5	458,3	461,5	0,7
Reste du pays	225,9	237,5	5,1	481,0	501,5	4,3

Source: STATEC
* chiffres provisoires

Pour en savoir plus: Statec, Unité C6 «Statistiques R&D, Economie nouvelle, Environnement, Tourisme», M. Victor MOLLING, tél.: 478 - 4258, fax: 46 42 89, e-mail: victor.molling@statec.etat.lu

Envie de créer votre entreprise ?

Le réseau interrégional
1,2,3,GO vous aide
gratuitement à élaborer
votre plan d'affaires.



Déposez vos projets innovants à tout moment sur:

www.123go-networking.org



Confidentialité et respect de la propriété intellectuelle.

1, 2, 3, GO pour bien démarrer

Organisé par:



Avec le soutien de:



Groupe Ciments Luxembourgeois | primesphere S.A. | SES Global | Siemens S.A. | Luxcontrol



Codex – Format S.à r.l. – Entreprises Magazine

Nouvelles dispositions fiscales

Contribution dépendance et impôt commercial

Aux termes du paragraphe 11, alinéa 2 de la loi concernant l'impôt commercial (GewStG), le bénéfice d'exploitation est, pour la détermination de la base d'assiette, diminué des cotisations personnelles légalement obligatoires versées pendant l'année d'imposition par les exploitants individuels et les co-exploitants des sociétés de personnes à un établissement de sécurité sociale luxembourgeois.

Si la contribution dépendance ne constitue ni des dépenses d'exploitation, ni des frais d'obtention, ni encore des dépenses spéciales, il n'en reste pas moins qu'elle rentre parmi les ajustements, à titre de cotisations sociales légalement obligatoires, susceptibles de diminuer le bénéfice d'exploitation aux fins de la détermination de base d'assiette de l'impôt commercial.

Pour plus d'informations sur l'impôt commercial: www.impotsdirects.public.lu/az/c/calc_comm/index.html

Pour plus d'informations sur l'assurance dépendance: www.impotsdirects.public.lu/az/a/assur_depen/index.html

Lutte contre le blanchiment et contre le financement du terrorisme

La loi du 12 novembre 2004 relative à la lutte contre le blanchiment et contre le financement du terrorisme modifie notamment la loi générale des impôts («Abgabenordnung»).

Ainsi, l'article 24 de la loi précitée dispose qu'au paragraphe 107 de la loi générale des impôts, le point 2 de l'alinéa 3 est abrogé et que toutes les références dans les textes légaux et réglementaires à l'ancien point 2 de l'alinéa 3 du paragraphe 107 de la loi générale des impôts sont supprimées.

Le point 2 abrogé prévoyait que le directeur de l'Administration des contributions directes pouvait autoriser des personnes à assurer le rôle de représentant en justice de clients dans des affaires purement fiscales, rôle auquel était réservé le titre de «conseiller fiscal» («Steuerberater»).

A remarquer qu'au Grand-Duché de Luxembourg la profession de «conseiller fiscal», représentant en justice, n'existe pas.

Le texte intégral de la loi du 12 novembre 2004 relative à la lutte contre le blanchiment et contre le financement du terrorisme est reproduit sous: www.legilux.public.lu/leg/a/archives/2004/1831911/1831911.pdf

Assiette des revenus passibles d'une retenue d'impôt à la source

La circulaire L.I.R. n° 153/1 du 22 novembre 2004 répond à la question

de savoir sous quelles conditions les contribuables dont le revenu imposable se compose en tout ou en partie de revenus passibles d'une retenue à la source (retenue d'impôt sur les salaires, sur les pensions, sur les revenus de capitaux ou sur les revenus de tantièmes) sont à soumettre à une régularisation ultérieure par voie d'assiette.

Le texte intégral de la circulaire peut être consulté sous: www.impotsdirects.public.lu/legislation/legi04/L_I_R__153-1.pdf

Déduction des intérêts débiteurs en relation avec l'acquisition ou la construction d'une habitation située à l'étranger et occupée par un contribuable non résident – situation des contribuables résidents de la Belgique

Par circulaire du 24 novembre 2004, la déduction des intérêts débiteurs en relation avec l'acquisition ou la construction d'une habitation située en Belgique et occupée par un contribuable résident de la Belgique, est revue à la lumière de divers jugements et arrêtés rendus par le tribunal administratif et la Cour administrative.

Consultez le dossier complet sous: www.impotsdirects.public.lu/dossiers/conventions/ded_interet/index.html

Pour plus d'informations:
Direction des contributions directes,
45 boulevard Roosevelt,
Adresse postale:
L-2982 Luxembourg,
tél.: (+352) 40 800-1, fax: (+352) 40 800-2022,
www.impotsdirects.public.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.: 42 39 39-330.

■ Ministère du Trésor et Budget

Projet de loi portant modification de la loi modifiée du 6 décembre 1991 sur le secteur des assurances. (2898)

■ Ministère du Travail et Emploi

Projet de loi portant approbation des lois codifiées au sein du Code du Travail. (2899)

Projet de règlement grand-ducal portant application de l'article 7 de la loi du 20 décembre 2002 portant: 1. réglementation de la durée de travail des ouvriers, apprentis et stagiaires occupés dans l'hôtellerie et la restauration; 2. modification a) de l'article 6 de la loi modifiée du 7 juin 1937 ayant pour objet la réforme de la loi du 31 octobre 1919 portant réglementation du louage de service des employés privés; b) de l'article 5bis de la loi modi-

fiée du 9 décembre 1970 portant réduction du temps de travail des ouvriers occupés dans les secteurs publics et privé de l'économie et c) de l'article 1^{er} de la loi modifiée du 26 février 1993 concernant le travail volontaire à temps partiel. (2890WJE)

Projet de loi n° 5346 portant introduction d'un Code du Travail. – Amendements gouvernementaux. (2863bis)

Projet de loi modifiant 1. l'article 14 de la loi modifiée du 12 mars 1973 portant réforme du salaire social minimum; 2. l'article 45 de la loi du 12 septembre 2003 relative au revenu des personnes handicapées (2892BJE)

Projet de règlement grand-ducal portant dix-neuvième modification de l'annexe 1 de la loi modifiée du 11 mars 1981 portant réglementation de la mise sur le marché et de l'emploi de certaines substances et préparations dangereuses. (2893MCH)

■ Ministère des Transports

Projet de règlement grand-ducal complétant le règlement grand-ducal du 3 février 1998 portant exécution de Directives des CE relatives à la réception des véhicules à moteur et de leurs remorques

ainsi que des tracteurs agricoles et forestiers à roues. (2894BJO)

■ Ministère de la Sécurité Sociale

Projet de règlement grand-ducal fixant les coefficients d'ajustement prévus à l'article 220 du Code des Assurances Sociales. (2888TCA)

Projet de loi portant ajustement des pensions et rentes accident au niveau de vie de 2003. (2895TCA)

Ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur

Projet de règlement grand-ducal concernant l'organisation et le fonctionnement du Conseil de la Consommation. (2896BJO)

■ Ministère des Finances

Projet de règlement grand-ducal fixant les conditions générales des crédits générales des crédits d'équipement prévus à l'article 5 de la loi modifiée du 2 août 1977 portant création d'une Société Nationale de Crédit et d'Investissement. (2897MCH)

■ Ministère de la Santé

Avant-projet de loi relatif aux tissus et cellules humains utilisés à des fins thérapeutiques. (2889BJE)

Nouvelle parution

4^e édition du «Droit du travail – guide pratique»

Les éditions Promoculture viennent de rééditer le livre de Marc Feyereisen «Droit du Travail – Guide Pratique». Revu et mis au jour au 1^{er} octobre 2004, il est

en vente dès à présent dans toutes les librairies. Il incorpore les modifications législatives et jurisprudentielles les plus récentes et s'adresse à toute personne liée par un contrat de tra-

vail, soit en tant que patron, soit en tant que salarié.

L'ouvrage a comme objectif de traiter les sujets que les deux parties liées par un contrat de travail ris-

quent de rencontrer quotidiennement depuis la période d'essai jusqu'à la résiliation définitive. Tout employeur, ainsi que tout salarié, doit être conscient que le droit du travail est très formaliste et requiert à de nombreuses reprises un écrit sous réserve de diverses sanctions, soit civiles, soit pénales, qui peuvent se révéler très coûteuses.

C'est pourquoi cette nouvelle réédition du guide pratique fait un relevé des textes les plus souvent sollicités, en donne un certain nombre d'explications, détaille la jurisprudence dominante par rubrique

et contient de nombreux modèles de contrats et de lettres (contrats à l'essai, contrat pour remplacer un salarié absent, contrat type pour l'occupation d'étudiants, lettre de résiliation, modèle d'une lettre de la part du salarié demandant les motifs, lettre d'un salarié faisant valoir une priorité de réembauche, etc...)

Ne désirant pas rendre la matière trop complexe, cette nouvelle édition est destinée à solutionner les incidents courants en facilitant ainsi la vie quotidienne de toutes les parties concernées.

Le Droit du travail
Guide Pratique,
par Marc Feyereisen,
4^e édition 2004,
comporte 422 pages
au format 165 x 240 mm,
et coûte 44,80 euros.
Il est disponible
dans toutes les librairies, ou
à défaut directement chez
l'éditeur:
Editions Promoculture,
boîte postale 1142,
L-1011 Luxembourg
Internet: www.promoculture.lu

Editions Promoculture

JURISNEWS : Nouvelle revue juridique luxembourgeoise

Le premier numéro d'une nouvelle publication périodique vient de paraître. Rédigé par des professionnels (avocats, juristes, fiscalistes), elle s'adresse surtout à tous ceux qui sont confrontés journalièrement au droit administratif, comme par exemple les administrations communales, les architectes et promoteurs d'immeubles, les res-

ponsables de Plan d'Aménagement et de construction, les fonctionnaires d'Administration Gouvernementale.

Le dernier numéro paru est consacré aux problèmes d'un «Plan d'Aménagement Particulier» autorisé par la commune mais pas encore approuvé par l'autorité de tutelle; la jurisprudence autour d'une station GSM sur la toiture du château

grand-ducal; le refus d'inscription d'un étranger sur les listes électorales; etc...

Cette revue juridique se focalise donc sur le droit administratif et surtout la jurisprudence administrative. Elle se veut un outil de guidage et de consultation dans le travail quotidien des intéressés.

JURISNEWS, une nouvelle publication des éditions Promoculture, est disponible uniquement comme abonnement annuel au prix de 52,80 EUR (pour 10 numéros, TVA et frais de port compr.) Editions Promoculture, boîte postale 1142, L-1011 Luxembourg, fax.: (+352) 40 09 50, e-mail: info@promoculture.lu

Editions Promoculture

Codex, le mensuel juridique et politique du Luxembourg fête ses 5 ans

L'idée CODEX, qui reste depuis 5 ans toujours l'unique mensuel juridique au Grand-Duché, était d'offrir aux lecteurs une perspective glo-

bale de l'actualité de notre droit, de la plus récente jurisprudence luxembourgeoise et européenne aux commentaires de travaux parlementaires

en cours, sans oublier bien sûr les articles juridiques de fond sur tout ce qui est le droit et ce qui est en train de le devenir.



L'équipe CODEX a créé en septembre 1999 une publication qui devait subvenir aux besoins d'une population au Luxembourg intéressée au droit et insatisfaite de la quantité, la qualité, la régularité et notamment l'actualité des informations juridiques disponibles au Luxembourg. Le succès du magazine CODEX a bientôt poussé les initiateurs à développer leurs activités et à proposer un contenu juridique plus complet dans des délais plus courts à une population élargie via internet.

L'équipe CODEX a développé à ces fins le site *www.codex-online.com*, un site d'information juridique à caractère international, multilingue et communautaire. L'inscription comme utilisateur et comme auteur, c'est-à-dire comme contributeur de documents en ligne est entièrement gratuite. Ainsi le site permet non seulement la consultation de documents juridiques, mais également la publication de ceux-ci, qui peut être effectuée facilement par tout utilisateur enregistré du site. La base de données est facilement consultable à partir de menus de recherche.

Un service d'alerte juridique assure une information régulière de l'abonné sur les documents nouvellement enregistrés dans la base de données, selon ses centres d'intérêt et les langues choisis par l'abonné. Depuis 2002, le site *www.codex-online.com* a atteint sa vitesse de croisière en termes de fonctionnalités et de contenu. L'expérience acquise lors du développement du site et de la communauté des utilisateurs de *www.codex-online.com* a amené Codex Online à développer d'autres sites professionnels, qui disposent tous d'une même structure et d'un fonctionnement identique.

Ainsi, la société Codex Online fût en février 2002 heureuse de présenter son nouveau site économique et financier *www.ecodex-online.com*. Après le succès des sites juridique et économique, l'équipe CODEX a présenté *www.codex-taxes.com* qui constitue un forum d'échanges et de dialogues entre les auteurs venus de tous les horizons du domaine de la fiscalité. Finalement, Codex Online vient de lancer *www.codex-politics.com* qui permet le débat politique en ligne. Actuellement Codex Online développe encore le site bancaire *www.codex-banking.com* et le site *www.codex-insurance.com* sur le secteur des assurances.

En 2004 Codex a aussi mis le site *www.codexnews.com* en ligne qui permet à tout utilisateur de trouver les derniers articles et communiqués publiés, présentés par pays concerné. L'équipe CODEX propose aujourd'hui à toute société de collaborer et de faire de la publicité dans le magazine CODEX et sur les différents sites *www.codex-online.lu*.

Pour plus d'informations:
www.codex-online.com,
 tél: 31 21 18 20, e-mail: codex@pt.lu

A VENDRE SURFACES COMMERCIALES, SURFACES DE BUREAUX

LE MERCURE



249-255 Rue de Beggen, L-1221 Beggen

Vendons / louons des surfaces au rez-de-chaussée dans un nouvel immeuble à Luxembourg-Beggen
 De 90m² à 700 m², disponibles en Décembre 2005
 Convierait parfaitement à un Cabinet d'Avocats, fiduciaire, assurance....
 Pour de plus amples renseignements, contactez svp M.Daniel Berkold



00352 42 66 30 244

HOCHTIEF
 LUXEMBOURG
 HT-LUX

Rappel

Commandes d'annonces publicitaires: **Attention arnaque!**



Ces derniers temps, la Chambre de Commerce se voit saisie de plus en plus souvent de plaintes de la part de ses membres qui l'informent de tentatives d'arnaques frôlant le domaine de l'escroquerie.

Les tentatives en question concernent de prétendues commandes d'annonces publicitaires. Les secteurs les plus touchés sont le secteur de l'HORECA et du commerce de détail.

La Chambre de Commerce croit avoir décelé trois scénarios jusqu'à présent.

Le premier consiste à envoyer un formulaire par fax sur lequel figurent des coordonnées intentionnellement inexacts du commerçant. On lui demande de corriger les coordonnées le cas échéant, tout en signalant que cela ne constitue pas un engagement. L'arnaque consiste dans le fait qu'en bas de page, en lettres

minuscules, il est marqué «Bon de commande» et qu'on lui demande le cachet et la signature de l'entreprise.

Un deuxième scénario, qui se présente essentiellement dans le domaine de la restauration, consiste à appeler le commerçant par téléphone en lui faisant croire qu'il reste encore redevable d'un certain montant pour une annonce commandée dans un support publicitaire et parue il y a deux ou trois années.

Finalement, le troisième cas de figure consiste à se présenter comme représentant d'une agence publicitaire chargée d'élaborer une documentation publicitaire de la Ville de Luxembourg (ou autre) et en proposant une annonce toute faite, généralement avec des dessins ou photographies qui n'appartiennent pas à la personne en question. On demande à l'entreprise de confirmer la commande sans faisant même connaître le titre du prétendu support publicitaire.

Les tentatives ont en commun qu'elles sont le plus souvent précédées de coups de téléphone intempestifs et menés sur un ton agressif et revendicateur. Un autre point commun consiste à vouloir surprendre les victimes potentielles par exemple pendant les moments où il y a le plus de clients. Enfin, troisième point commun, les supports publicitaires ne jouissent en général pas d'une notoriété dans les secteurs concernés. Finalement, très souvent on fait croire au commerçant que l'annonce a déjà été convenue avec une autre personne de l'entreprise et qu'il n'y a plus qu'à formaliser ce qui a été décidé.



Tous ces cas de figure ont en commun que les instigateurs misent sur la gêne, l'inexpérience ou la naïveté de la personne appelée. Les appelants essaient d'intimider les victimes par téléphone afin que celles-ci signent des soi-disant «clauses de rétractation ou d'annulation», ces dernières ne constituant cependant rien d'autre qu'un engagement des victimes.

La Chambre de Commerce lance dès lors un appel à ses membres de prêter attention aux contrats qu'ils signent et de ne rien signer sous la pression. Elle voudrait encore préciser que l'ensemble des actions qui lui ont été rapportées jusqu'à présent émanait de sociétés établies à l'étranger. La Chambre de Commerce rappelle dans ce cadre que la législation relative à la protection des consommateurs ne s'applique pas à ce genre d'opérations conclues entre deux professionnels et qu'il n'y a dès lors pas moyen d'invoquer un droit de rétractation.

La Chambre de Commerce rappelle que si, le cas échéant, des relances ou des rappels de factures peuvent se faire de façon téléphonique, les recouvrements sérieux de créances effectivement dues se font exclusivement par la voie écrite et non pas par téléphone! ■



Lëtzebuenger Panorama.

L'annuaire des administrations au Grand-Duché.

Le « Lëtzebuenger Panorama » vous offre l'annuaire le plus complet et détaillé des administrations et institutions nationales et européennes au Grand-Duché. De nombreuses améliorations pratiques en rendent l'usage encore plus facile: intercalaire pour la partie annuaire, nouvel index alphabétique, repères couleurs... et, pour la première fois, toutes ces informations sont reprises sur un CD-ROM gratuit! De plus, Panorama vous propose une rétrospective annuelle fouillée de l'actualité nationale et internationale.



Le secteur Quincaillerie – – Jouets



Le concept novateur de «House of Villeroy & Boch» est très apprécié par la clientèle

Art de la table – Puériculture



Dans ce numéro, le chef d'entreprise Norbert Friob continue son analyse du commerce luxembourgeois en présentant quelques grands acteurs du secteur «Quincaillerie – Art de la table – Jouets – Puériculture». Le regroupement de différentes activités sous le seul titre «Quincaillerie – Art de la table – Jouets – Puériculture» a été motivé à partir du constat que cette activité de base est à l'origine de certains commerces qui ont évolué avec un élargissement des gammes ou au contraire, vers une spécialisation dans les familles de produits concernées.

■ Quincaillerie

Les quincailleries traditionnelles, outre les produits de base vendus toute l'année, présentaient les articles de jardin souvent avec le mobilier à la bonne saison et les jouets prenaient le relais en automne.

Les anciens commerces multi-spécialistes sont par exemple NEUBERG avec 3 magasins, LASSNER à Luxembourg, WEIRICH à Dudelange, PETRY à Diekirch, ROLLMANN à Echternach, RISCHEFFE à Junglinster, PRINTZ à Howald avec une dominante quincaillerie et outillage, BREDDIMUS à Wasserbillig, etc. La majorité est membre d'un ou de plusieurs groupements d'achat comme E.K. Bielefeld ou ZEUS. A titre d'exemple le magasin MOES à Remich est membre de ZEUS et a évolué vers une grande surface spécialisée pré-

sentant sur 2.800 m² une gamme de produits très large.

E.K. est un groupement allemand d'indépendants actifs dans de nombreux secteurs mais surtout la quincaillerie et le ménage. Le groupement est également actif en France et réalise un chiffre d'affaires de plus de 4 milliards d'euros.

Tous les magasins traditionnels ont dû faire face comme les autres secteurs au développement de grandes surfaces généralistes et spécialisées et à l'apparition de chaînes de magasins spécialisés comme CASA et BLOKKER (voir encadré).

A l'étranger, les grands magasins connaissent des difficultés dans ce secteur, car ils arrivent difficilement à faire face à la concurrence des grandes surfaces périphériques. A Luxembourg, les grands



magasins sont inexistantes mais les grandes surfaces comme CACTUS, AUCHAN, CORA et les plus petits supermarchés avec un assortiment limité, sont présents sur ce secteur, sans oublier les grandes surfaces de bricolage comme BATISELF, HORN-BACH, HELA, et les moyennes surfaces comme CLEMENT, HOFFMANN-SCHWALL, etc.

Un magasin comme HELA, outre la quincaillerie et l'outillage au sens large, présente également un important rayon cuisine régulièrement animé par des chefs réalisant des démonstrations culinaires et présentant en pratique l'utilisation des ustensiles vendus. Plusieurs marchands de meubles disposent d'une offre importante comme KICHE-CHEF, ALVISSE, MOWO, HABITAT, TRENDHOPPER, etc.

Au niveau du discount, ce sont les magasins comme TRAFIC avec 3 magasins à Luxembourg et un 4^{ème} en construction qui couvrent ce marché sans oublier les actions ponctuelles de LIDL, ALDI, et du soldeur FOIR'FOUILLE. A nos frontières, d'autres enseignes comme BABOU et GIFU couvrent le même marché.

Enseigne du holding FORFINANCE qui contrôle également PIER IMPORT, FOIR'FOUILLE se présente comme le leader français des articles à bas prix pour la maison. Avec près de 150 points de vente et un chiffre d'affaires proche de 300 millions d'euros, FOIR'FOUILLE dispose de deux magasins franchisés du groupe KNAUFF au Luxembourg. KNAUFF a abandonné l'exploitation de magasins FOIR'FOUILLE en Belgique.

A l'autre extrémité, nous trouvons des magasins de haut de gamme, très souvent spécialisés dans le cadeau, comme SICHEL avec 2 magasins. Sur le marché du cadeau, près de 80% des ventes sont réalisées par des indépendants. Certains producteurs ouvrent même leurs propres boutiques, comme WMF en Allemagne et VILLEROY & BOCH. Cette concurrence directe de leurs fournisseurs n'est pas toujours très appréciée par les commerçants. Il faut cepen-

danter reconnaître que le concept très novateur de HOUSE OF VILLEROY & BOCH est très apprécié par la clientèle privée. Outre le meuble complétant les arts de la table, l'ambiance est créée par la présence du pâtissier OBERWEIS. Les clients peuvent goûter et acheter leurs chocolats présentés dans des produits VILLEROY & BOCH. La fleuriste de VILLAVERDE, présente également ses arrangements combinés avec des articles VILLEROY & BOCH.

En France, l'enseigne RESONANCES développe un réseau de magasins consacrés aux objets quotidiens d'autrefois en inventant la quincaillerie «New Age». L'assortiment va du pot de confiture en porcelaine, lampe tempête, au savon de Marseille à l'ancienne en passant par de petits meubles.

■ Art de la table (vaisselle, verrerie, couverts et accessoires)

Avant d'examiner le secteur des jouets et de la puériculture, il est intéressant d'étudier l'évolution du secteur que les Allemands appellent G.P.K. (Geschirr, Porzellan und Keramik) sur lequel se concurrencent de nombreux acteurs.

Dans l'ensemble, ce secteur est considéré comme étant en crise dans la majorité des pays d'Europe. En simplifiant, l'on considère que d'un côté, l'on trouve les enseignes spécialisées avec des produits haut de gamme, une présentation théâtrale et attractive comprenant la décoration globale avec le linge de maison et un service apprécié et de l'autre, les grandes surfaces qui via la course aux prix présentent souvent des articles de piètre qualité et d'entrée de gamme. Il est à craindre que la suppression des quotas pour les importations chinoises accentue encore ce phénomène.

Il est cependant connu que la course aux prix seule est stérile d'autant plus que les plus gros acheteurs sont les couples de moins de 35 ans et les jeunes seniors de 50 à 64 ans (Source: Institut Français

du Libre Service) et que les deux cibles sont extrêmement sensibles à la mode ce qui laisse des chances sérieuses aux commerces spécialisés orientés vers les produits contemporains et le moyen et haut de gamme et bien sûr les classiques.

Sachant que 80% des achats sont le fait des consommatrices et que les deux tiers des achats sont le fait d'achats d'impulsions, il est important que la cliente puisse imaginer l'effet des produits proposés à la vente, sur sa table dans son logement.

La tendance cocooning avec une identification personnalisée de son intérieur fait que, comme pour la déstructuration du meuble, l'on n'investit plus systématiquement dans un service complet et cher à conserver toute une vie. La table d'invités d'aujourd'hui privilégie la convivialité et à l'argenterie du passé on préfère la surprise et l'originalité des petits plats. Le concept global le plus abouti, est le nouveau «Lafayette Maison» ouvert à Paris et qui rencontre un grand succès sur près de 10.000 m². Après une phase test positive le concept sera dupliqué en province, mais sur des surfaces plus réduites.

■ Jouets

Le commerce des jouets est en pleine mutation. Aux magasins traditionnels comme divers commerces déjà cités, de nouveaux acteurs, hypermarchés, grandes surfaces et magasins spécialisés se sont ajoutés au cours des dernières années dans un secteur qui est arrivé à maturité et qui cumule les difficultés conjoncturelles et structurelles. Avec les fabricants, tous luttent pour séduire des enfants de plus en plus volatils. Les secteurs concurrents, visant les mêmes budgets, se multiplient avec la téléphonie, la musique, les films, les jeux vidéo, l'informatique, etc.

Les fabricants constatent avec leurs distributeurs, qu'au fil des ans, le marché se rétrécit, car les enfants en sortent de plus en plus tôt pour s'orienter vers les secteurs concurrents précités auxquels s'ajoutent les

vêtements et les chaussures. Les jeux créatifs progressent et contribuent à désaisonnaliser l'offre car, encore aujourd'hui, près de 50% des ventes sont réalisées au cours des deux derniers mois de l'année.

En Allemagne, les ventes de jouets classiques ont connu un recul de 5% alors que le secteur du PC et des jeux vidéo a doublé.

En France, comme en Belgique la tendance s'oriente vers un équilibre assurant 40% des ventes via l'hypermarché et 60% du marché aux spécialistes souvent filialistes ou membres de groupement.

En Allemagne, la répartition des familles de produits est proche de la France. La principale différence se situe au niveau des circuits de distribution. Les supermarchés et les hypermarchés moins nombreux qu'en France, ne réalisent que 14% des ventes, laissant la suprématie au commerce spécialisé.

Pour les hypermarchés, le jouet demeure un article incontournable en période de fin d'année et souvent, par des promotions agressives, en font un produit d'appel destiné à

drainer la clientèle. Ils sont la source de difficultés pour les commerces spécialisés qui misent sur un vaste choix toute l'année.

Ces derniers comme DOMINO avec 3 magasins et MAXI TOYS avec 4 grandes surfaces visent des ventes toute l'année et tablent sur les cadeaux d'anniversaire bien étalés. Ils se différencient des hypermarchés par un environnement agréable et des conseils appréciés par la clientèle.

Les magasins de jouets n'ont pas souvent réussi à négocier le virage des jeux vidéo. Ce sont les spécialistes comme DREAMLAND qui sont prisés par les ados de même que le rayon spécialisé de ERNSTER qui, outre les livres pour les juniors, offre des jeux et la découverte.

En Europe, l'on acquiert des PC et software pour l'apprentissage à partir de 4 ans et avec la guidance des parents. Aux USA, des PC sont proposés à partir de l'âge d'un an.

En France, FNAC EVEIL ET JEUX vise les enfants de 0 à 12 ans et projette l'ouverture de 50 magasins de ce type.

DOMINO

DOMINO fait partie du groupement LUX TOYS qui regroupe 10 magasins indépendants avec des rayons spécialisés dans le jouet.

Parmi les magasins très spécialisés, nous citerons TEDDYHOUSE (peluche), MODEL-LAND (modélisme), MBS-L (trains électriques) et HOLZHAISCHEN (jouets en bois). Même les producteurs comme LEGO ouvrent des magasins à l'exemple de celui de Cologne qui, sur 200 m², vendent uniquement leur propre production.

Pour le marché des jeux de plein air, les grandes surfaces de bricolage et les jardineries mordent largement sur ce marché.

■ Puériculture

Ce type de commerce n'est pas repris dans la nomenclature du commerce luxembourgeois car il touche plusieurs secteurs, comme le vêtement, la chaussure, les accessoires pour bébés, le meuble pour enfants, landaus, poussettes, sièges de sécurité, mode future maman et bien entendu le jouet pour les tout-petits. Les produits comme FISHER PRICE, CHICO etc. sont également vendus dans les magasins de puériculture comme BABY CENTER, BEBE BULLE, PREMAMAN – PAPILLO et d'autres enseignes spécialisées. A l'étranger des concepts de magasin se développent en regroupant les assortiments de la puériculture et les jouets pour tous les âges sous un même toit, ce qui permet de lisser les variations saisonnières et d'augmenter l'attractivité du site.

A nos frontières le n° 1 Français AUBERT est présent de même qu'un franchisé Allemand BABYONE qui a succédé à PRENATAL après son retrait d'Allemagne.

BLOKKER

Le groupe néerlandais multi-enseignes BLOKKER est présent au Luxembourg et à nos frontières via plusieurs de ses enseignes exploitées en propre ou via des franchisés. Présent dans 9 pays avec 14 enseignes et



FRANCE – UN MARCHÉ DIVERSIFIÉ

Répartition par grandes familles (en %)

Jeux vidéo:	28,1
Premier âge:	12,9
Autres jouets:	10,8
Jeux et puzzles:	9,8
Poupées:	9,8
Centres d'activités:	9,7
Véhicules:	8,1
Peluches:	4,3
Jeux d'action:	3,4
Porteurs:	3,1

Répartition des ventes par circuits de distribution (% des ventes totales)

Hypermarchés et supermarchés:	43,8
Spécialistes jouets et modélisme:	32,1
Autres:	14,1
Vente par correspondance:	4,4
Grands magasins populaires:	2,6
Bazars, discounts, solderies:	2,1
Librairies, papeteries, magasins de cadeaux:	0,9

Source: NPD – Eurotoys 2001

plus de 2.300 points de vente, il réalise un CA dépassant les 2 milliards d'euros. Au départ BLOKKER était un quincaillier comme ceux présentés au début de cet article. C'est après avoir adopté le self-service qu'il est passé des outils à l'électroménager, puis s'est spécialisé dans les articles ménagers et les jouets.

Fin des années 80, BLOKKER a racheté la chaîne belge CASA surtout développée en franchise pour devenir un réseau avec plus de 500 points de vente. CASA est exploité à Luxembourg par la famille MERTZIG avec 2 points de vente et Schmit avec 3 points de vente. La famille Schmit exploite également 3 magasins de jouets DOMINO après avoir été franchisé par CHRISTIANSEN. Cette dernière franchise, qui était une enseigne du groupe GIB, avait été cédée à MOSA TOYS. Elle vient de passer sous le contrôle de BLOK-

KER qui détient également les magasins de jouets BART SMIT. Avec les enseignes MAXI TOYS rachetées au Belge Philippe Paré. BLOKKER est devenu un leader du marché du jouet au Benelux et n° 4 en France avec une présence en ville et dans les centres commerciaux ainsi qu'en périphérie avec 130 grandes surfaces spécialisées de 800 à 1.200m² à l'enseigne MAXI TOYS.

TOYS'R'US (les jouets c'est nous)

N° 1 mondial avec un CA de plus de 13 milliards de dollars, 683 magasins de jouets aux USA et 579 dans le reste du monde. Plusieurs magasins en Europe dont le magasin luxembourgeois ont été fermés. En France, les pertes cumulées se monteraient à 200 millions d'euros et il semblerait que, le modèle américain s'est montré, comme souvent dans d'autres secteurs, totalement inadapté à notre

marché. Aux USA, l'enseigne est également en perte de vitesse face surtout à la concurrence de WAL-MART, qui multiplie les promotions et casse les prix. En réaction, TOY'R'US a créé de nouvelles chaînes spécialisées: BABIES'R'US et KIDS'R'US spécialisées dans les vêtements pour bébés et enfants et IMAGINARIUM spécialisée dans les jeux éducatifs.

A l'exception de BABIES'R'US qui fera l'objet d'une scission au sein de TOYS'R'US, toutes les autres filiales seront fermées.

WAL-MART

Le numéro 1 mondial des grandes surfaces généralistes est passé de 11% de parts de marché du jouet aux USA en 1993 à près de 25% aujourd'hui et a relégué TOYS'R'US à la 2^{ème} place avec 17% de parts de marché. (voir Merkur n° 8/2003 et n° 10/2003).



JurisEDIT
M. Dominique SEURIN
Editeur juridique multimédia

RC Luxembourg A 31743
Numéro matricule T.V.A. 1958 0506 898
Numéro d'identification T.V.A. LU 19950152
Numéro I.B.L.C. 19950152
Compte BGL: LU49 0030 6566 3879 0000

4 façons de commander :

Par e-mail à
clients@intermad-services.com

Par téléphone au
+352 (0)21 641009

Par télécopie au
+352 26976393

Par courrier à
JurisEDIT
7, rue du Fort Elisabeth
L-1463 LUXEMBOURG

JurisFISCAL

Nouveau **388 € HT**

La jurisprudence fiscale luxembourgeoise et européenne significative avec plus de 700 arrêts récents indexés et en texte intégral (TA, CA, juridictions judiciaires et CJCE)
Réalisé en collaboration avec **Dandois & Meynal**

JurisTRAVAIL intégral

389 € HT

4 années de jurisprudence sociale en texte intégral à portée de souris
Réalisé en collaboration avec Castegnaro Cabinet d'avocats

JurisTRAVAIL expert

589 € HT

Les mêmes sources que le précédent + les montants attribués en matière de contentieux de droit du travail
Réalisé en collaboration avec Castegnaro Cabinet d'avocats

Législation luxembourgeoise : JurisTRAVAIL

167€ HT

Toute la législation régissant le droit du travail

Législation luxembourgeoise : sociétés et associations

49 € HT

Les textes consolidés régissant le droit des sociétés à jour au 11/5/04

JurisCOM

380 € HT

1552 décisions de justice, concernant les sociétés commerciales

JurisLUX

500 € HT

2751 décisions de justice luxembourgeoises indexées

JurisCOM intégral

à partir de **709 € HT**

1552 décisions commentées dont 1300 majoritairement inédites en texte intégral

JurisDOC intégral

899 € HT

La bibliothèque juridique idéale (5000 références) et l'outil de gestion de votre bibliothèque

JurisINDEX

129 € HT

Revue des sommaires de la presse juridique

Extrait de "JurisTRAVAIL Expert"

N°	Qualité	Date	Tribunal	Ass.	Parties	Le sujet	Principes	PFRM
18 JP		27/02/1995	CS		Sara / Sara		Statut précaire - employeur occupant plus de 100 salariés - arrêt licenciement occupant moins de 100 salariés - absence pendant 4 semaines - absence d'entretien préalable - licenciement anticipé pour motif de forme	
20 JP		27/02/1995	CS		Carroll / Carroll		Cause civile et dérivée de licenciement - motifs économiques non établis - absence de cause réelle et sérieuse de licenciement - licenciement avec préavis absent	5 mois / 80 000 F
21 JP		09/03/1995	CS		Cabaret / Cabaret	article 47 de la loi sur le contrat de travail	Dommage matériel - indemnité sur base du salaire brut - cause réelle et sérieuse de licenciement - non obtention de l'indemnité de départ - licenciement anticipé sans préavis - offre de reprise refusée sur sa guise	
22 JP		16/03/1995	CS		De Silva / Muzumdar		Indemnité anticipée - licenciement de motifs économiques - absence de cause réelle et sérieuse de licenciement - licenciement anticipé sans préavis - offre de reprise refusée sur sa guise - dommages matériels - dommages matériels - dommages matériels - dommages matériels	
23 JP		26/03/1995	CS		Chapuis / Chapuis		Dommage matériel - absence d'efforts pour retrouver un travail similaire - absence de motif pour indemnité anticipée - P.F. 12 mois après la fin du préavis	6 mois / 55 000 F
24 JP		16/03/1995	CS		Drelich / Drelich		Demande des motifs - demande des motifs dans les délais - violation de l'obligation de conseil - licenciement sans préavis	12 mois / 100 000 F
25 JP		02/03/1995	CS		Fabian / Fabian		Dommage matériel - effets pour plusieurs années - P.F. 12 mois après la fin du préavis	
27 JP		07/03/1995	CS		Lech / Lech		Période d'essai - licenciement irrégulier pendant la période d'essai - droit de rétractation - dommages et intérêts dans les délais - P.F. de l'indemnité de rupture de la période d'essai de l'employeur	
28 JP		07/03/1995	CS		Lech / Lech		Période d'essai - licenciement irrégulier - violation des obligations de conseil - dommages matériels - dommages matériels	
29 JP		07/03/1995	CS		Lech / Lech		Perte de l'emploi - motif économique - offre de la maison	
30 JP		07/03/1995	CS		Lech / Lech		Peu de motifs - absence de motif - offre de la maison - offre de la maison - qualification de l'absence - offre de la maison	

Consultez notre site

www.intermad-services.com

Profitez de l'offre privilégiée !

20% de remise pour toute commande passée avant le 31 décembre 2004

paperJam³



Média stimulateur de réactivité

Vaste campagne de **réduire les**



Le taux relatif des accidents de trajet connaît une progression fulgurante depuis plusieurs années.

sensibilisation pour accidents de trajet

En partenariat avec l'Association d'assurance contre les accidents, l'Inspection du Travail et des Mines, la Sécurité Routière et les syndicats OGB-L et LCGB, l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) a lancé en date du 10 novembre 2004 une campagne nationale de sensibilisation visant à diminuer le nombre croissant des accidents de trajet et de mission.



Une étude réalisée par l'UEL sur les accidents de travail révèle en effet que le taux relatif des accidents de trajet et de mission connaît une progression fulgurante depuis plusieurs années. Ces résultats ont motivé les responsables patronaux à prendre l'initiative pour lutter contre cette tendance par tous les moyens appropriés en lançant cette action de sensibilisation envers les dirigeants d'entreprise, les responsables de la sécurité et les salariés. Afin de permettre aux entreprises de mettre en place une stratégie globale

de prévention, la campagne s'étendra sur une durée de trois ans jusqu'en 2007.

Ainsi en 2003, sur les 8.084 accidents de la circulation routière, plus de cinq mille sont des accidents de trajet ou de mission, soit plus de 62 % du total. Des 33.386 accidents du travail enregistrés la même année, 6.310 (18,9%) sont dus à des accidents de trajet et 637 (1,91%) à des accidents de mission. Sur les 15 accidents mortels du travail dix sont imputables à des accidents de trajet. Ces chiffres parmi d'autres illustrent à suffisance la nécessité d'agir.

■ Quels moyens desensibilisation?

Une documentation complète de sensibilisation est mise à la disposition des entreprises sous forme de kit par les organisateurs, à savoir

- une présentation Powerpoint comprenant du matériel statis-



- tique et proposant différentes approches de prévention,
- un manuel «12 mois, 12 sujets» reprenant un thème de prévention routière pour chaque mois de l'année sous forme de fiches techniques (équipements du véhicule, ceinture de sécurité, alcool au volant, la vitesse, permis à points, conduite défensive et convivialité, lois physiques, longs trajets, intempéries, chargement, piéton, téléphone au volant),
 - un «guide d'auto-évaluation et de bonnes pratiques» pouvant servir d'outil de travail tant aux dirigeants d'entreprise qu'aux salariés dans leurs démarches de prévention,
 - un dépliant d'information.

Ces kits en langue française peuvent être commandés sur le site Internet www.trajet.lu mis en place spécialement pour la campagne. Ce matériel ainsi que des versions en langues allemande, anglaise et portugaise peuvent être téléchargés de ce site.

■ Les approches de prévention

Les approches de prévention préconisées par les organisateurs ciblent plus particulièrement le comportement du conducteur, étant entendu que la conduite est perçue comme un acte de responsabilité et de loyauté dans le cadre du contrat de travail.

Il s'agit d'abord d'analyser les risques routiers qui peuvent être évités et ensuite ceux qui ne peuvent pas être évités de façon à pouvoir agir le plus en amont possible dans une logique professionnelle de prévention. Pour éviter le risque, la mise en place d'un plan d'action ciblé devient nécessaire dès lors que l'entreprise souscrit à une logique de développement durable et se donne les moyens d'évaluer ses actions de prévention en permanence. Ce plan d'action englobe des aspects tels l'étude des habitudes de conduite de salariés sur leur trajet domicile/travail, l'intégration de la prévention d'accidents

routiers dans la stratégie de communication interne de l'entreprise, l'organisation des déplacements, le perfectionnement des conducteurs, l'état des véhicules ou encore l'accès de l'entreprise et ses aires de stationnement. La gravité, l'urgence, la facilité de mise en œuvre, le coût de l'investissement et l'efficacité escomptée sont autant de critères de sélection pour la mise en œuvre des actions visant à éviter le risque.

En ce qui concerne l'évaluation du risque qui ne peut être évité, il s'agira surtout de minimiser l'exposition au risque du conducteur en le sensibilisant et en le responsabilisant de manière récurrente.

Enfin, conscients qu'une action de telle envergure ne peut se réaliser isolément si elle veut aboutir à des résultats probants, les organisateurs accordent une grande importance à la collaboration de tous les acteurs concernés au moyen du dialogue social, sectoriel et intra-entreprise.

Les contenus de la campagne et les moyens à mettre en œuvre ont été présentés par André Bredimus, Président de l'Association des Compagnies d'Assurances et Administrateur de l'UEL.

■ Attente de résultats significatifs

En guise d'introduction, Michel Wurth, Président de l'UEL, a rappelé que l'UEL a signé en date du 31 octobre 2003 une «Charte portant sur le développement durable» dont l'aspect sécurité et santé des salariés constitue un volet important. Cette charte traduit la volonté des entreprises d'œuvrer en ce sens. Cette volonté est également soutenue par le Ministère du Travail et de l'Emploi qui ensemble avec l'Association d'assurance contre les accidents, l'Inspection du Travail et des Mines, les syndicats LCGB et OGB-L et l'UEL ont signé en date du 19 novembre 2003 une déclaration portant plus spécifiquement sur la santé, la sécurité et le bien-être des salariés.

Michel Wurth a projeté les mesures de prévention dans un contexte

élargi de développement durable en se référant aux quatre axes prioritaires ou quatre «P» définis par la société qu'il dirige:

- le profit qui signifie la survie de l'entreprise, les profits réalisés aujourd'hui servant d'investissements pour demain et contribuant ainsi à améliorer la productivité et asseyant la compétitivité de l'entreprise;
- la planète qui représente les entreprises respectueuses de l'environnement. En souscrivant à des accords volontaires d'économie d'énergie, les entreprises souscrivent à un engagement moral envers la conservation de l'environnement;
- le personnel: au-delà du dialogue social, de l'amélioration des conditions de travail et de rémunérations, les entreprises ont ensemble avec leurs partenaires naturels en la matière souscrit en 2003 à la déclaration du Ministère du Travail et de l'Emploi dont l'objet est de réduire de manière substantielle le taux relatif des accidents de travail;
- le partenariat dont la déclaration du Ministère du Travail et de l'Emploi ou encore la campagne en cours contre les accidents de trajet et de mission sont des exemples forts de partenariat entre l'UEL et ses interlocuteurs naturels.

Michel Wurth a encore relevé que même si beaucoup a été fait en matière de prévention, les chiffres d'accidents de trajet demeurent insupportables et ne doivent en aucun cas être vus comme une fatalité mais comme une tendance pouvant être corrigée. «Notre objectif est d'atteindre des résultats significatifs» a-t-il annoncé.

■ Implication des administrations gouvernementales

Le Ministre du Travail et de l'Emploi François Biltgen a relevé le risque énorme que constituent les accidents de trajet pour la compétitivité

des entreprises, «Si nous voulons augmenter la productivité des entreprises, il nous faut réduire le nombre des absences pour cause d'accident du travail». Alors que le sujet de la «promotion de la sécurité, de la santé et du bien-être des travailleurs» a été thématiqué dans la déclaration entre son Ministère et les partenaires mentionnés plus haut, le plan d'action proposé pour lutter contre les accidents du travail sur la période 2003-2007 nécessite la mise en œuvre de mesures dans une direction bien définie. Il s'agit, d'une part, d'aboutir en 2007 à une réduction du taux d'accidents du travail proprement dits de 5 pour cent par rapport à 2002 et, d'autre part, de renverser la tendance croissante du nombre des accidents de trajet. Le maître mot de cette action est que tout accident peut être évité. Un bilan intermédiaire est prévu en 2005. Le Ministre a encore insisté sur la nécessité de développer une véritable culture d'entreprise, de vie et de bien-être, le bon exemple devant être donné par tout un chacun, mais aussi et surtout par les administrations gouvernementales.

■ Tout le monde y gagne

Le Ministre de la Santé et de la Sécurité sociale Mars Di Bartolomeo a pour sa part rappelé que toutes les parties ont à subir des conséquences dommageables découlant d'un accident. Le salarié peut devenir victime d'une diminution de sa qualité de vie due aux lésions physiques ou psychologiques et doit, outre une perte de revenu, faire face à une interruption de carrière voire même à la perte de son emploi. L'entreprise, elle, doit subir une perte provisoire ou définitive de ressources humaines, une perturbation dans l'organisation du travail, une perte de productivité, des effets psychologiques sur les autres salariés, une augmentation des frais administratifs etc. Enfin, c'est à la collectivité toute entière que profite une diminution du nombre et de la gravité des accidents, une diminution correspondante des prestations (prestations en nature, rentes accidents et pension d'invalidité et de survie) devra se répercuter favorablement dans les comptes des régimes de sécurité sociale. Le Ministre a dans ce contexte insisté sur la nécessité de réformer l'assurance accident

en vue de mettre en place des solutions transparentes conciliant les intérêts des salariés et de l'intérêt général et d'aboutir à une indemnisation adéquate de la victime.

■ Une culture participative

La santé et la sécurité des salariés étant un souci syndical de premier ordre, Jean-Claude Reding, Secrétaire général de l'OGB-L, estime que ce souci doit être partagé par tous les membres de la communauté, une véritable culture de sécurité ne pouvant se développer au sein de l'entreprise qu'à partir de la stimulation et de la participation de tout un chacun. L'efficacité du dialogue social au sein de l'entreprise et au-delà est tributaire de la qualité de l'encadrement du personnel. Ainsi une dynamique préventive ne peut être que le résultat d'un engagement commun entre travailleurs désignés et délégués à la sécurité promouvant un climat favorable au sein de l'entreprise. Jean-Claude Reding s'est dit confiant qu'au-delà de cette action avec l'UEL, des conventions interprofessionnelles sur d'autres aspects ayant trait à la sécurité et à la santé aboutiront



Une salle comble et attentive



NOTES

L'UEL regroupe les organisations suivantes: Association des Banques et Banquiers, Luxembourg · Association des Compagnies d'Assurances · Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg · Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg · Confédération Luxembourgeoise du Commerce · Fédération des Artisans · Fédération des Industriels Luxembourgeois · Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers

à l'avenir à des actions concrètes qui pourront fortement s'inspirer de mesures proposées au niveau communautaire. Une telle collaboration contribuera à optimiser davantage le dialogue social. Jean-Claude Reding a encore relevé la nécessité d'une réforme en profondeur de la formation des délégués du personnel et des délégués à la sécurité dont l'efficacité sera garante d'un dialogue social de qualité à la base et donc d'une culture participative au sein de l'entreprise.

■ Les bonnes pratiques

Des exemples de bonne pratique ont été présentés par des représentants d'entreprises de petite et de grande taille et ont procuré des modèles d'actions pouvant être adaptés par d'autres entreprises pour sensibiliser le personnel à tous les échelons à une conduite sûre sur les routes.

Luc Loewen, DuPont Teijin Films, a présenté la philosophie de la société DuPont en matière de sécurité, le leitmotiv de la société étant que tous les accidents sont évitables et qu'il est dans l'intérêt de l'entreprise de garantir l'intégrité physique des personnes tant pendant le temps de travail que pendant leur temps libre («off-the-job safety»). La sécurité n'est jamais acquise, elle dépend d'une approche globale qui repose sur les piliers suivants de l'entreprise: sécurité-santé-environnement, marketing, qualité, coûts, personnel, éthique, procédés, technologies. Alors que l'entreprise ne peut que communiquer la valeur de la sécurité, il appartient à tout un chacun de s'impliquer personnellement pour garantir sa propre sécurité et celle des autres.

Jean Schiltz, Clearstream International S.A., a présenté le choix de l'entreprise d'organiser les déplacements du personnel à la maison mère aux environs de Francfort par un service de bus journalier, cela dans le but d'éviter le risque et de garantir une sécurité optimale des salariés. Ce service offre un petit-déjeuner à l'aller aux voyageurs ainsi qu'une col-

lation au retour en fin de journée et fait l'objet d'une appréciation unanime de la part des salariés.

Patrick Bettendorf, Renovation P. Bettendorf s.à r.l., s'est vite rendu compte du bénéfice pour son entreprise de pouvoir compter sur des salariés indemnes et en bonne santé. Il s'est donné un budget illimité pour garantir la sécurité et la santé de ses travailleurs. Depuis octobre 2002, il tient une réunion de sécurité d'une durée d'une heure à raison d'une fois par mois le matin avant le départ au chantier. Pour faciliter la compréhension des messages de sécurité, ces réunions sont tenues en langue portugaise. Cette action, accompagnée de slogans simples mais efficaces, ont au fil des ans contribué à consolider le leitmotiv de l'entreprise: «Sécurité = Qualité = Productivité». Des primes de motivation, une assurance supplémentaire en cas d'accident mortel ou encore une assurance invalidité pour les salariés ainsi qu'une semaine de vacances en fin d'année sont autant d'éléments qui contribuent à garantir le bien-être et la satisfaction de salariés de sorte que le taux d'absentéisme demeure très faible et que les travaux de l'entreprise ne souffrent pas de retards dans leur exécution.

Nicolas Welsch, Société nationale des Chemins de Fer luxembourgeois, a fait état de la politique délibérée de sécurité des CFL qui préconise que chaque individu est responsable de sa propre sécurité et que, dans une logique de développement durable, le chef d'entreprise doit veiller à la sécurité des quelque trois mille salariés. Le management de la sécurité aux CFL dispense une politique qui se fonde sur une charte de sécurité adoptée en 1999. Des études sur les risques routiers du personnel ont révélé que les accidents de trajet ont doublé en nombre en l'espace de dix ans. Ces chiffres ont motivé les CFL à mettre en place un plan d'amélioration de la sécurité dont un élément est la formation à la conduite au Centre de Formation pour Conducteurs à Colmar-Berg.

■ Conclusions et perspectives

François Moes, Président de l'ABBL et Vice-Président de l'UEL, a résumé l'essentiel des interventions comme suit:

Toute stratégie de prévention quelle qu'elle soit doit

- s'inscrire dans un travail de sensibilisation et de motivation à moyen et à long terme,
- s'adresser à tous les échelons de l'entreprise,
- être vécue par le chef d'entreprise dont le comportement servira d'exemple à tous les niveaux,
- être suivie par les travailleurs désignés, les coordinateurs de sécurité et de santé sur chantier et par les délégués à la sécurité,
- filtrer jusqu'à tous les salariés de l'entreprise et donc à la collectivité toute entière et
- qu'elle ne peut aboutir à des résultats que si elle est menée en concertation entre les dirigeants d'entreprises, les responsables de la sécurité et les salariés ou leurs représentants.

François Moes a dit avoir appris que «le lieu de travail le plus dangereux pour tout salarié est sa voiture. Le déplacement vers le lieu de travail est devenu un acte plus dangereux que l'acte du travail en lui-même.» Et d'ajouter, «vous êtes et nous sommes tous ici présents les courroies de transmission pour véhiculer les contenus présentés aujourd'hui dans nos secteurs et dans nos entreprises à tous les niveaux.»

Il a également informé les participants que les parties prenantes de cette campagne procéderont à une évaluation de la campagne nationale «prévention des accidents de trajet et de mission» dans un horizon de trois ans et en rendront publics les résultats. Entre-temps et en parallèle à cette campagne qui ne constitue qu'un élément de la Charte UEL sur le développement durable, les parties prenantes se proposent de préparer des actions portant sur les autres thèmes faisant partie intégrante de la charte, en l'occurrence: la croissance

économique soutenue, la promotion de la formation professionnelle continue, le respect de l'environnement naturel ou encore la déontologie dans les relations entre entreprises, clients et fournisseurs.

Le groupe de travail mis en place pour la campagne en cours continuera d'exister et en formera le comité de pilotage. Ses mem-

bres se tiennent à la disposition des entreprises pour tout renseignement ayant trait à cette action de sensibilisation.

François Moes a également fait appel aux entreprises pour qu'elles rendent publiques les actions qu'elles entreprennent en vue de diminuer le nombre des accidents de trajet sur le site www.trajet.lu. Ces actions auront

un effet multiplicateur et serviront d'exemples à d'autres entreprises. Elles feront également partie de l'évaluation de la campagne.

Et François Moes de terminer, «Nous espérons ainsi donner naissance à un dialogue interactif et constructif dans l'intérêt d'une meilleure sécurité sur les routes.» (communiqué par l'UEL) ■

clc

L'école doit s'ouvrir à l'entreprise

A l'occasion d'une entrevue ouverte et constructive avec Madame Mady Delvaux, Ministre de l'Education nationale et de la formation professionnelle, les représentants de la clc (Confédération luxembourgeoise du commerce) ont présenté leur analyse du système éducatif luxembourgeois.

Partant du constat commun que le système scolaire public luxembourgeois est trop basé sur une orientation par l'échec, la clc a souligné qu'il faudra impérativement mettre l'accent, dès la formation initiale, sur un équilibre entre formation générale et formation spécialisée, tout en respectant la part de plus en plus importante des compétences linguistiques appliquées. Plus généralement encore, des

compétences poussées en matière de technologies de l'information et de la communication sont incontournables dans la société de l'information naissante. L'aspect «gestion d'entreprise» pour sa part, devrait figurer sur les curricula comme branche enseignée à part entière.

En matière de formation professionnelle et plus précisément en ce qui concerne la réforme projetée de l'apprentissage, la clc a insisté sur une évaluation des formations dispensées et un élargissement des types de formation.

En ce qui concerne la formation continue, la clc a déploré que le système public d'aide financière à la formation soit généralement peu favorable au secteur des petites entreprises,

alors que les procédures d'accès aux aides inscrites dans le dispositif législatif et réglementaire sont incompatibles avec une politique de simplification administrative.

Comme revendication phare, l'organisation patronale a proposé l'ouverture poussée de l'école aux entreprises, ceci dans le contexte de la stimulation de l'esprit d'entreprise dès l'enseignement primaire.

Une dernière proposition de la clc vise la valorisation de la plateforme «Innosertion» qui pourrait s'achever dans un référentiel évolutif des métiers et professions permettant d'anticiper l'évolution des compétences et d'adapter les offres de formation en conséquence. (communiqué par la clc) ■

Confédération des Classes Moyennes

Baisse des commissions sur cartes **VISA** et **MASTERCARD**

Les organisations professionnelles constituant la Confédération des Classes Moyennes, à savoir la clc (Confédération luxembourgeoise du Commerce), la Fédération des Artisans et l'Horesca d'un côté, et les sociétés VISALUX

et EUROPAY de l'autre, se félicitent d'être parvenues à un accord permettant de réduire les commissions à payer par les accepteurs de cartes sur les transactions électroniques réalisées au moyen des cartes de crédit VISA et Mastercard.





Une première réduction de 0,06% du taux de base interviendra à partir du 1^{er} janvier 2005. De plus, à partir du 1^{er} juillet de l'année prochaine, tous les taux de commission baisseront de 0,10%.

Ces réductions ont été rendues possibles du fait de l'accroissement

du nombre de transactions électroniques VISA et Mastercard durant la période 2003/2004 et des économies d'échelle qui s'en dégagent. Par ailleurs, les secteurs du commerce, de l'artisanat et de l'horeca bénéficieront également des fruits d'une sécurité accrue avec laquelle s'effectueront les transactions depuis la migration de l'ensemble du parc de terminaux électroniques de paiement de CETREL (TPE's), ainsi que des cartes VISA et MASTERCARD luxembourgeoises vers la norme internationale de validation des transactions par code secret (PIN) au moyen de la puce électronique en remplacement de la signature.

Au courant de l'année 2005, la Confédération des Classes Moyennes et CETREL privilégieront les relevés de décompte électroniques.

L'option du relevé-papier sera maintenue et deviendra payante à partir du 1^{er} juillet 2005. (Communiqué par la Confédération des Classes Moyennes). ■

VISA®

clc

Lohnnebenkosten:

So viel zur Hysterie des Patronats

Das angenehme Fettpölscherchen, das uns das ausländische Kapital in den letzten Jahren besichert hat, scheint tatsächlich dahin. Das Wort „Haushaltsloch“ ist nunmehr auch in Luxemburg angekommen und die Aussichten auf Besserung sind nicht wirklich gut.

Der luxemburgische Finanzplatz verwaltet in erster Linie und stellt daher kaum mehr als ein riesiges Back-Office ausländischer Banken dar. Ein Lager also, das sich bei steigenden Lagerkosten – Personalkosten und Steuern – schnell verlegen lässt. Und der Handel? Hier wütet quer durch alle Sektoren ein Preiskampf, der mittlerweile die Existenz vieler Unternehmen ernsthaft bedroht. Nur die luxemburgische Industrie scheint bisher einigermaßen verschont, auch wenn die Situation je nach Industriezweig stark variiert. Doch ein Blick über die Mosel gibt

Anlass zur Sorge. Der Konjunkturbarometer des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim erreichte Anfang November den niedrigsten Wert seit fast zwei Jahren und liegt „deutlich“ unter dem historischen Mittelwert. Als „Gründe für den spürbar gestiegenen Pessimismus“ nannte das ZEW die erwartete Abkühlung der Weltwirtschaft und die Aufwertung des Euro, die als Belastung für den Export gesehen wird. Auch die anhaltend schwächelnde Binnennachfrage und der hohe Ölpreis schüren die Erwartung in Deutschland, dass sich ihre Konjunktur mittelfristig abkühlen wird. Schwierigkeiten, die die luxemburgische Industrie nicht kennt?

Um dem entgegenzuwirken versucht das Wirtschaftsministerium unter dem Nimbus der Diversifikation die Abhängigkeit der luxemburgischen Wirtschaft vom Finanzsektor abzuschwächen. Neue Produktions-

und Dienstleistungsunternehmen sollen für den Standort Luxemburg gewonnen werden und die „Trau Dech“-Kampagne soll den luxemburgischen Unternehmergeist wecken. Viel Glück, ehrlich. Denn nach einem Artikel der Wochenzeitung „Letzebuurger Land“ haben sich 2003 knapp 45% der Abiturienten nicht in der Lage geschätzt mit moderner Informationstechnologie umzugehen, selbstständig zu arbeiten, Initiativen zu ergreifen und zu kommunizieren¹. Geborene Unternehmer eben. Deswegen auch die Forderung der clc Schule und Beruf bereits ab der Grundschule wesentlich enger aneinander zu knüpfen.

Die clc ist der Überzeugung, dass es jedoch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten prioritär darum geht, bestehende Strukturen zu pflegen und zu unterstützen. Natürlich können die restlichen Ressourcen in den Versuch neue Akteure nach Luxem-

NOTES

¹Anne Heniqui, Enseignement secondaire classique. Flashback sur les déficits. In: Letzebuurger Land, Nr. 46, 12. November 2004, S. 7.

burg zu locken, investiert werden. Der Weg dorthin führt jedoch sicherlich nicht über die Erhöhung der Lohnnebenkosten – egal um welchen Betrag. Sicher, 0,15% treibt niemand in den Ruin, und der Wettbewerbsvorteil der niedrigen Lohnnebenkosten in Luxemburg ist dadurch auch nicht wirklich bedroht. Doch darum geht es nicht. Es geht um Signalwirkung. Es geht darum, dass einerseits das Patronat in puncto Personalkosten innerhalb von 6 Monaten 3-mal vor vollendete Tatsachen gestellt wurde. Andererseits, wurden Wege, die den Unternehmen Luft verschaffen könnten, wie flexiblere Öffnungszeiten oder überdachte Lohn-

automatismen aus Angst vor den Gewerkschaften strikt abgelehnt.

Sollten die Gewerkschaften sich solchen Themen jedoch weiterhin verschließen, prophezeit die clc ihnen ein Schicksal ähnlich dem der deutschen Arbeitnehmervertretungen. In Deutschland zeigt der Fall VW wie sehr die Zeit der Gewerkschaften als Boten guter Nachrichten abgelaufen, und die übliche Forderung mehr Geld für kürzer werdende Arbeitszeiten zu fordern, Schnee von gestern ist. Arbeitsplatzsicherung ist nunmehr die Devise – Mehrarbeit hin oder her. Die Arbeitsplatzbedingungen stehen genau so zur Debatte. So hat beispielsweise der Chefvolkswirt

der Deutschen Bank bereits erklärt, er wolle nicht mehr für Zigarettenpausen zahlen.

In Luxemburg scheint sich all dies noch nicht herumgesprochen zu haben. Wieso auch? Luxemburg ist nicht Deutschland, und die Mosel wird uns schon noch vor dem Schlimmsten bewahren, stimmt's? Die clc, zumindest, geht nicht davon aus und appelliert an alle Sozialpartner behutsamer mit den einigen wenigen Wettbewerbsvorteilen, die Luxemburg noch bleiben umzugehen und sich nicht aus Prinzip vor neuen Wegen zu verschließen. (Mitgeteilt von der clc)

clc

Mindestloohnerhöhung: Wahlkampf auf Kosten von Arbeitsplätzen

Es ist soweit. Wahlversprechen werden wahr gemacht. Das Kabinett hat den Abgeordneten einen Gesetzesentwurf vorgelegt, der die Erhöhung des luxemburgischen Mindestlohns – bereits jetzt europaweiter Champion – um weitere 2% zum 1. Januar 2005 vorsieht.

Dass der Staat damit die Existenzgrundlage seiner Wähler verbessern möchte, mag politisch zu rechtfertigen sein, doch für die Unternehmen gelten andere Regeln: Marktregeln. Und die diktieren eine Verhältnismäßigkeit zwischen Lohn und Leistung der Mitarbeiter im Unternehmen. Doch die Regierung scheint dem wenig Beachtung zu schenken, und rechtfertigt ihren Eingriff mit der allgemeinen Gehaltsentwicklung im Privatsektor.

Absolut weltfremd. Allgemeine Gehaltsentwicklungen spiegeln näm-

lich nicht die wirtschaftliche Lage aller Betriebe wieder und es besteht auch kein zwingender Zusammenhang zwischen Gehaltserhöhungen in der Softwareindustrie und dem Geschäftsergebnis des Schuhverkäufers um die Ecke. Was jedoch passiert, nennt man in der Volkswirtschaft den BALASSA und SAMUELSON-Effekt. Beide Autoren haben bereits in den 60er Jahren aufgezeigt, wie sehr die Sektoren mit den größten Produktivitätszuwächsen die allgemeinen Gehaltsentwicklungen diktieren. Bei Zeiten blendender Konjunktur ist dies nicht so wild, da es dem Schuhverkäufer möglich ist, die Gehaltserhöhungen seiner Mitarbeiter durch höhere Verkaufspreise auszugleichen. Heute jedoch sieht die Welt anders aus. Erhöht er seine Schuhpreise, steigen seine Kunden ins Auto und geben ihr Geld hinter

der Grenze aus. Tja, andere Länder, andere Sitten, andere Mieten, andere Gehälter... andere Verkaufspreise.

Und dennoch, die Regierung hält unbeirrt an ihrem Stimmeköder fest und greift weiterhin in das für Unternehmen lebensnotwendige Gleichgewicht Gehalt/Leistung ein. Eine besonders ärgerliche Sache für die clc, da die Unternehmen der Sektoren Handel, Transport und Dienstleistung über 60% der luxemburgischen Mindestlohnempfänger beschäftigen. Wählerstimmen zum Nulltarif. Und wie viel wird es die Unternehmen in zwei Jahren kosten, wenn die Regierung sich im Hinblick auf die nächsten Wahlen die Gunst der Mindestlohnempfänger sichern wird?

Klar, der Mindestlohnempfänger wird erstmals mit 2% mehr in der Lohntüte nach Hause gehen, doch ist ihm und allen anderen aus dem

Niedriglohnsektor wirklich geholfen? Wiederholte Eingriffe des Staats in die Lohnpolitik der Unternehmen werden irgendwie kompensiert – sei es, indem Posten wegrationalisiert werden und die übrigen Angestellten zusätzliche Aufgaben übernehmen müssen – sei es, indem Neueinstellungen, wenn überhaupt, nur noch zum Mindestlohn erfolgen. Außerdem lässt sich nicht abschätzen, inwiefern die Mindestlohnerhöhung eine allgemeine Lohnerhöhung in den betroffenen Betrieben bewirken wird. Plausibel wäre es jedenfalls und genauso erneute Kompensationsmaßnahmen.

Und dann wird die Presse Alarm schlagen und feststellen, dass immer mehr Menschen zum Mindestlohn arbeiten. Doch Hand aufs Herz: Wen wundert's, wenn

der Mindestlohn eigentlich gar kein Mindestlohn mehr ist, sondern ein ganz ordentliches Gehalt. Heute bedeutet Mindestlohn in Großbritannien ungefähr zwei Drittel von dem in Luxemburg und dies, obwohl die Lebenshaltungskosten – zumindest in den Städten wesentlich höher sind als hierzulande und Luxemburg seinen Bürgern zudem einen wirklich großzügigen Katalog an Sozialleistungen zusichert. Genau dieses Argument hat die OECD dazu veranlasst, die Institution „Mindestlohn“ in Luxemburg für überflüssig zu erklären. Demzufolge spiegelt der aktuelle Mindestlohn in Luxemburg keineswegs ein minimal zumutbares Gehalt wider, das es per Gesetz zu schützen gilt, sondern ein ganz ordentliches Gehalt.

Es ist keineswegs Ziel der clc den Menschen ihre Lebensgrundlage zu entziehen oder gar zu schmälern. Doch die aktuelle Absicht der Regierung, den Mindestlohn um weitere 2 % zu erhöhen, beruht keineswegs auf der dringenden Notwendigkeit die Mindestlohnempfänger vor der Verarmung zu retten noch berücksichtigt sie die momentane konjunkturelle Schieflage der Sektoren Handel, Transport und Dienstleistung. Sie ist vielmehr Ausdruck wahlpolitischer Versprechen, die sich, wenn überhaupt, nur als Maßnahme zur Umverteilung des Reichtums rechtfertigen lässt. Eindeutig eine Aufgabe zu Lasten der Staatskasse. Deswegen die Forderung der clc, den Staat bei der Finanzierung von Mindestlohnerhöhungen miteinzubinden. (Mitgeteilt von der clc) ■

Nouvelle Fédération

FFCEL:

L'esprit d'entreprise au féminin



Le 14 septembre a été constitué la Fédération des femmes cheffes d'entreprise (FFCEL asbl). Cette dernière

entend renforcer le rôle de l'entrepreneuse dans l'économie luxembourgeoise et contribuer à sa visibilité. La FFCEL souhaite mettre en

avant le rôle et les préoccupations des femmes entrepreneuses. Les objectifs de la Fédération des femmes cheffes d'entreprise du Luxembourg sont de favoriser et de développer l'entreprenariat féminin et, par-là même, de participer au développement économique et social du Luxembourg. En mettant en avant l'image positive de la femme dans la société, en encourageant l'accession des femmes à des fonctions dirigeantes; dans l'économie (notamment par une identification des besoins et des problèmes, par des échanges et des formations) et en défendant le point de vue des entrepreneuses auprès des instances politiques, économiques et sociales, la FFCEL œuvre résolument pour un rééquilibrage femmes-hommes aux postes clés.

Peut aspirer à devenir membre actif toute femme cheffe d'une entre-

prise établie au Luxembourg, quelle que soit la forme juridique de son entreprise, toute femme de profession libérale dirigeant une entité d'au moins trois salarié(e)s et enfin toute femme (à concurrence de 20% de l'ensemble des membres de l'association) participant à la prise de décision, et ce toujours au sein d'une entreprise établie au Grand-Duché de Luxembourg. Bien évidemment,

la qualité de membre sera in-fine conférée par le conseil d'administration. La FFCEL veille à la diversité des professions représentées au sein de l'association qui doivent refléter le tissu économique et social du Grand-Duché de Luxembourg.

La Fédération des femmes cheffes d'entreprise du Luxembourg (FFCEL) a.s.b.l. est absolument libre de toute orientation politique et confession-

nelle. (source: Brigitte Pétré, Femmes Magazine, décembre 2004)

Pour plus d'information:
FFCEL asbl, B.P. 2045,
L-1020 Luxembourg,
e-mail: ffcel@pt.lu.

EuroCommerce

Préparation de la **Présidence luxembourgeoise** de l'UE début 2005

Sur invitation de la clc, le bureau exécutif d'EuroCommerce, l'organisation qui représente le commerce de détail, de gros et international en Europe, s'est réuni au Luxembourg et a rencontré M. Nicolas Schmit, Ministre délégué aux Affaires étrangères et à l'Immigration.

Lors de cette entrevue, Monsieur Schmit a exposé les priorités de notre gouvernement pour la présidence luxembourgeoise. Tout en soulignant l'importance primordiale du commerce pour l'économie européenne, le Ministre a consacré une bonne partie de son discours aux efforts nécessaires afin d'atteindre les objectifs de Lisbonne, notamment celui de faire de l'Europe l'économie la plus performante du globe. D'après lui, il est indispensable d'encourager la création d'emplois et de stimuler la croissance économique

sans pour autant négliger le progrès et le niveau de protection sociaux. Ceci ne serait possible que si l'économie européenne évolue vers une économie moderne, libre de toutes barrières freinant l'esprit d'entreprise, comme l'attitude conservatrice exagérée des banques par rapport aux créateurs d'entreprises en recherche de capitaux.

Le ministre a également annoncé vouloir s'attaquer aux problèmes structurels de la législation européenne, souvent trop compliquée, peu transparente et par conséquent néfaste au développement des affaires. Outre ces changements, M. Schmit a expliqué, que la présidence luxembourgeoise soutiendra la création de nouvelles structures facilitant l'accès au marché de capitaux tant sur le plan européen que national. Sans trop aller dans les détails, le Ministre a également raffermi

l'importance de l'innovation et de la recherche pour l'attractivité de l'Union en tant que site économique et de la recherche.

La rencontre s'est terminée par une discussion ouverte et constructive, pendant laquelle EuroCommerce a présenté ses idées visant à réaliser les objectifs de Lisbonne et une nouvelle culture favorable à l'esprit d'entreprise en Europe. Les représentants du commerce ont finalement profité de l'occasion pour exposer leurs inquiétudes par rapport à la politique actuelle de risque zéro pour le consommateur. Le commerce estime que le consommateur, à priori adulte et majeur, est un maillon de la chaîne de la consommation et doit dès lors également endosser un certain degré de responsabilité. (communiqué par EuroCommerce)

BUREAUX
SANITAIRES
REFECTOIRES
SALLES DE CLASSES
BOXES POUR CHEVAUX
OCCASIONS, etc

besoin D'ESPACE ???
WWW.container.lu

CONTIMPEX
L-5368
SCHUTTRANGE
TEL: 35 69 48
FAX: 35 80 09

13 octobre 2004

Séminaire Béton 2004: la normalisation européenne est un défi national



Un secteur qui intéresse: plus de 200 personnes s'étaient déplacées pour assister au séminaire sur la transposition nationale des normes européennes relatives au béton

Le Groupement des Fabricants de Matériaux de Construction (GFMC – association sectorielle de la Fédération des Industriels Luxembourgeois – FEDIL) et l'Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (IFSB) ont organisé le 13 octobre dernier un séminaire sur la transposition nationale des normes européennes relatives au béton.

A l'invitation de M. Robert Dennewald, président du GFMC et en présence de M. le Ministre de l'Economie Jeannot Krecké, ce séminaire s'est tenu à la Chambre de Commerce du Luxembourg devant un auditoire de plus de 200 personnes. A l'instar des conférenciers, issus des différents organismes et institutions directement intéressés par la mise en application des nouvelles normes, tous les acteurs du

secteur de la construction étaient représentés.

L'entrée en vigueur à partir du 1^{er} janvier 2005 de la norme européenne EN 206 concernant la production de béton, complétée par le Document National d'Application DNA EN 206, est à l'origine de la refonte et de l'actualisation du cadre normatif luxembourgeois relatif au béton. Son application entraîne pour l'ensemble des acteurs du secteur de la construction des habitudes et des comportements nouveaux. Ce cadre normatif livre de nouvelles bases contractuelles et techniques pour la fourniture et la mise en œuvre de plus de 1 million de m³ de béton par an au Luxembourg et concerne l'activité quotidienne de plus de 15.000 actifs du secteur bâtiment et génie civil ainsi que de plus de 430 ingénieurs-conseils et architectes indé-

pendants, sans compter le nombre important d'employés des bureaux d'étude et d'architecture.

Dans son discours d'ouverture, M. Dennewald a insisté sur le rôle moteur du secteur de la construction dans notre économie. Tenant compte des moyens limités dont un petit pays comme le nôtre dispose si on le compare à ses grands voisins, il a lancé l'idée d'une profonde réforme de nos services normatifs afin de garantir au travers d'une coordination efficace des ressources une transposition plus rapide des normes européennes. Conscient de l'incidence de l'évolution normative européenne sur notre économie, le Ministre a annoncé que le regroupement des institutions existantes et l'élargissement de leur mandat dans le cadre d'un institut luxembourgeois de normalisation et d'accréditation

ferait partie du processus de simplification administrative entamé par le Gouvernement.

S'il revient à l'Etat d'adapter la réglementation dans le cadre de la mise en œuvre des directives européennes (Directive Produits de Construction, normes CEN) comme l'a précisé lors de son intervention Mme Maryse Scholtes, 1^{er} Conseiller de Gouvernement auprès du Ministère des Travaux Publics, l'harmonisation des règles de l'art (clauses techniques, cahiers des charges) et la rédaction d'annexes nationales le cas échéant, incombent à tous les acteurs de la construction. La transposition des normes européennes relatives au béton est ainsi le résultat d'une étroite collaboration entre les administrations et les représentants des entreprises de construction et de l'industrie du ciment et du béton prêt à l'emploi.

Dans son exposé, M. Pol Faber, secrétaire du Groupement des Entrepreneurs – FEDIL, a insisté sur l'importance des connaissances relatives au nouveau cadre normatif «béton». Celui-ci constitue non seulement un défi de taille, mais également une nécessité dans la mesure où il con-

tient des nouveautés susceptibles de présenter des chances et des risques en ce qui concerne la compétitivité des entreprises luxembourgeoises, tant au niveau du marché national que régional et européen.

Basée sur le principe de l'assurance qualité, l'application pratique du nouveau cadre normatif lors de la réalisation de projets de construction, de la conception à l'exécution, contribue à la durabilité des ouvrages. C'est ce qu'ont démontré M. Dany Winbomont, ingénieur associé du bureau d'études BEST, représentant de l'Ordre des Architectes et Ingénieurs-Conseils – OAI, et M. Rodolphe Faymonville, directeur technique de l'entreprise générale de construction SOLUDEC, en détaillant pour leur secteur d'activité respectif les conséquences et obligations résultant de l'application des nouvelles règles. MM. Eric Zdjélar et Yves Cuisenaire, représentant les bureaux de contrôle Luxcontrol et Secolux, ont souligné le principe de cohérence entre les différentes parties du cadre normatif, contribuant ainsi à une attribution claire des responsabilités de chaque intervenant quant à l'exécution conforme de ses prestations.

Finalement, M. Bruno Renders, directeur de l'IFSB, a fait le point sur la mise en place des formations qualifiantes obligatoires pour les responsables de chantiers de construction dans le cadre de l'application nationale de la norme EN 206. Au total, 9.500 heures de formation auront été offertes à plus de 650 participants de juin 2004 à fin 2005.

A l'exemple de nos pays voisins – la France vient p.ex. de lancer un programme d'accompagnement du passage aux normes européennes de construction financé à hauteur de 9 millions d'euros sur trois ans! –, il est important de sensibiliser les acteurs nationaux à l'importance de l'évolution en cours.

Présidé par M. Guy Scharfe, directeur du Laboratoire d'Essais des Matériaux des Ponts et Chaussées, ce séminaire avait pour but de contribuer à cette prise de conscience. C'était le dernier événement en date d'une série de manifestations qui, depuis 2001, avaient pour but d'informer le secteur de la construction sur la transposition de la normalisation européenne concernant le béton. (Communiqué par le Groupe Ciments Luxembourgeois) ■

MATERIEL ELECTRIQUE ■ APPAREILS ELECTRIQUES ■ APPAREILS DE MESURE
ECLAIRAGE ■ SECURITE ■ AUDIO-VIDEO-SAT

A.R.TECH. SOCIETE ANONYME

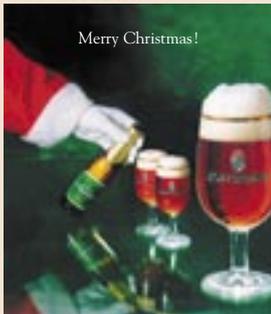
L'ART DE LA TECHNOLOGIE

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

EN BREF

Bofferding

La Christmas de Bofferding est arrivée



BOFFERDING
www.bofferding.lu

La célébration de Noël est marquée par l'arrivée de la «Christmas Béier», la bière brune de Bofferding. Pur malt, pur houblon, sans additifs et non pasteurisée, son goût profond et savoureux agrémentera vos soirées de la fin d'année. La «Christmas Béier» est disponible dès à présent en packs de six bouteilles consignées 33 cl. Pour les amateurs de bière à la pression, elle est également disponible au fût dans les cafés dépositaires de la marque.

Thiel Logistik

Weitere positive Entwicklung für Thiel Logistik

In der Zeit von Januar bis September 2004 ist der Umsatz im Thiel Logistik Konzern um 5,9 Prozent von 1,2 Mrd. Euro auf 1,3 Mrd. Euro angestiegen. Maßgebend für die gute Entwicklung im Thiel Logistik Konzern war, dass alle Segmente positiv zum Ergebnisanstieg

beigetragen haben. „Es ist uns gelungen, unsere innovativen Logistiklösungen für ausgewählte Branchen mit unserer traditionell starken Marktposition in den Regionen Zentral- und Osteuropas zu verbinden und auszubauen“, so Thiel Logistik CEO, Dr. Klaus Eierhoff. Dabei profitierte der Konzern auch vom anhaltenden wirtschaftlichen Aufschwung in China. Für 2005 ist mit weiterem Umsatzwachstum eine deutliche Verbesserung des operativen Ergebnisses geplant. Thiel Logistik prüft zurzeit auch mehrere mögliche Akquisitionsvorhaben.

Nord Europe

Private Bank S.A.

Une nouvelle banque s'installe à Luxembourg

La nouvelle banque Nord Europe Private Bank S.A. vient de s'installer sur la place financière. Elle fait partie du groupe français Crédit Mutuel et qui est issue de la transformation d'un professionnel du secteur financier présent sur la place depuis 1999. Pour le ministre Frieden, ce renforcement de la présence au Luxembourg d'un groupe bancaire européen important témoigne à la fois de l'évolution positive de la place financière en tant que telle et des possibilités de développement offertes aux professionnels qui débutent leur présence de façon plus spécialisée pour se diversifier grâce à l'éventail des potentialités sur la place.

Grand Prix de l'Entrepreneur de l'Année 2004

Nicolas Buck élu Entrepreneur de l'Année 2004



Le vainqueur, Nicolas Buck, entouré des membres du jury et des co-finalistes

Le vainqueur du Grand Prix de l'Entrepreneur de l'Année 2004 à Luxembourg a été désigné lors de la soirée de gala, qui se tenait le 11 novembre au soir au Cercle Municipal de Luxembourg.

C'est à cette occasion que Nicolas Buck de la société Victor Buck Services S.A. a été récompensé pour son esprit d'entreprise innovateur, sa vision stratégique, son audace et sa persévérance pour assurer la croissance de sa société.

Et pourtant, la sélection n'a pas été facile pour le jury. Pour cette première édition, 50 entrepreneurs remarquables se sont enregistrés pour concourir à ce prix prestigieux, convoité dans 40 pays dans le monde. En octobre dernier, six sociétés restaient encore en lice. Après avoir repris l'imprimerie de son père, Nicolas Buck a fondé, il y a quatre ans,

avec Renaud Jamar, la société Victor Buck Services S.A., une société spécialisée dans la gestion d'informations financières et de documents hautement confidentiels. Leurs clients sont des sociétés et des banques offrant des fonds d'investissement.

Nicolas Buck a réussi ainsi la transformation de l'entreprise familiale active dans un secteur traditionnel, en une entreprise de services intégrés pour le secteur financier.

A ce titre, il est aussi le premier chef d'entreprise à avoir reçu le label convoité de «professionnel du secteur financier» délivré par la CSSF.

Nicolas Buck a accepté sa distinction avec beaucoup de modestie et a rendu hommage à ses co-finalistes. Il est prévu d'organiser ce concours tous les trois ans.

Interact devient la première entité de service complet au Luxembourg

Les trois agences luxembourgeoises de conseil en communication binsfeld communication, Mikado-Publicis et Concept Factory ont décidé de regrouper leurs activités mutuelles dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) au sein d'une seule unité, la société anonyme Interact.

Créée en 1995 en tant que département multimédia de l'agence Concept Factory, Interact est devenue s.a. en mai 2001. Avec la décision de regrouper les activités NTIC de ses actionnaires actuels, le nombre des employés de l'agence passe à 14. Elle entend se positionner comme première et seule entité full-service en matière de new media au Luxembourg en offrant une approche 360° des technologies multimédias incluant l'offline, l'online et le marketing mobile.

Dorénavant, les trois partenaires commercialiseront conjointement

les services d'Interact, offrant ainsi à leur clientèle un nouveau niveau de services en matière de communication digitale et technologique. Interact offrira ses prestations à la fois à travers ses trois agences partenaires et, de façon indépendante, par le biais des autres agences de conseil en communication ou encore directement au client.

Cette consolidation des services dans le domaine des NTIC est le fruit d'une intégration dans le chef d'Interact des infrastructures, du personnel et de l'activité de Mikado Online, agence multimédia créée en 2000 par l'actionnariat de Mikado-Publicis, de même que par le biais d'une prise de participation dans le capital d'Interact par binsfeld communication. La commercialisation de prestations NTIC sous la dénomination Mikado Online cessera au 31 décembre 2004 au plus tard.

Cette collaboration entre binsfeld communication, Mikado-Publi-



Le management d'Interact s.a. est assuré par Daniel Eischen et Troy Bankhead (d.g à d.)

cis et Concept Factory n'est pas la première puisque les trois mêmes agences se sont regroupées en 2002 afin de créer QUEST, premier institut de sondages qualitatifs au Luxembourg. Pour plus d'informations: www.interact.lu. ■

La Brasserie de Luxembourg et Philips lancent PerfectDraft

La Brasserie de Luxembourg Mousel-Diekirch (groupe InBev, ex-Interbrew) et Philips, chefs de file dans leur secteur respectif, viennent de lancer le système PerfectDraft au Luxembourg. Le Grand-Duché sera le premier pays avec la Belgique, à lancer ce système permettant de servir de la bière pression à domicile. Fruit d'un partenariat entre deux marques for-



tement appréciées des consommateurs luxembourgeois, PerfectDraft associe un appareil de haute qualité commercialisé par Philips à la qualité pression Diekirch, présentée en légers fûts métalliques. PerfectDraft est disponible depuis le 15 novembre 2004.

Facile à utiliser, PerfectDraft est doté d'une véritable poignée de débit, d'un système de refroidissement

EN BREF

Banque Générale du Luxembourg

L'agence Grand-Rue fête ses 50 ans

La Banque Générale du Luxembourg (BGL) a fêté le 50^e anniversaire de son agence Grand-Rue. Présente depuis un demi siècle au cœur de la Vieille Ville dans l'immeuble historique «Conrot's Eck», la BGL y accueille depuis avril 1995 ses clients dans des locaux entièrement réaménagés et répondant aux derniers standards de confort et de sécurité situés au 1-3, rue du Marché-aux-Herbes. L'agence Grand-Rue de la BGL a ouvert ses portes le 10 avril 1953.

Se présentant sur trois étages, l'agence dispose de quatre guichets pour les opérations courantes et de deux guichets pour les opérations plus spécifiques. Une salle de coffres-forts est à la disposition des clients au sous-sol. Deux guichets, six bureaux/parloirs et une caisse discrète, réservés aux activités coupons, aux conseils en placements et à l'instruction de dossiers crédits se trouvent au premier étage.

Musikindustrie

Neues Album von Karin Melchert

Manchmal mag sie Jazz, manchmal Chansons und Musicals, manchmal mag sie lieber Rock und Pop, und manchmal möchte sie auch etwas

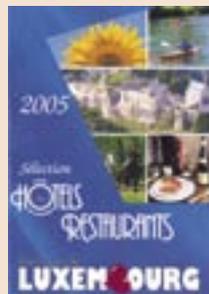


eigenes probieren. Genau das hat sie mit ihrem neuen Album getan. Neben ihren eigenen

Songs findet man auch Titel von Komponisten wie Cole Porter, Sergei Rachmaninoff und von Rockstars wie Status Quo. Um ihrem eigenen Stil und damit dem Stil der CD gerecht zu werden, wurden letztere jedoch zum Teil von ihr selbst und zum Teil von anderen Luxemburger Musikern komplett neu arrangiert. «Made in Luxembourg» könnte die CD ebenfalls heißen, die nur mit rein akustischen Instrumenten eingespielt wurde und von ihrem eigenen Tostudio *Little Swiss Digital Production* und den *Linsster Studios* produziert.

Tourisme Promotion touristique du Luxembourg

L'association hôtelière «Sélection des Hôtels-Restaurants indépendants du Grand-Duché de Luxembourg Hotels.lu a.s.b.l. vient de publier sa nouvelle brochure «Sélection Hôtels-Restaurants du Grand-Duché de Luxembourg Hotels.lu 2005». En tout, 53 hôtels-restaurants se présentent dans cette nouvelle édition.



La brochure fait également une publicité exceptionnelle pour les châteaux forts, les musées, les caves à vins de la Moselle luxembourgeoise, les produits du terroir et la nature luxembourgeoise.

dissement interne, d'une pompe et d'un fût métallique léger d'une contenance de 6 litres. La bière est conservée dans des conditions idéales, à une température constante de 3° C. Une fois installée, la bière conserve sa qualité optimale pendant 1 mois.

L'appareil sera vendu dans les magasins d'électroménager et les

hypermarchés. Les fûts, disponibles exclusivement sous la marque Diekirch, seront commercialisés dans les hypermarchés luxembourgeois et seront consignés. PerfectDraft sera disponible au prix conseillé de 199,99 EUR. Le prix conseillé du fût Diekirch de 6 litres sera de 15,95 EUR.

Restauration

Le «Basta Così»: le soleil de l'Italie au Grand-Duché

Sous le nom «Basta Così» un nouveau restaurant vient d'ouvrir ses portes en plein centre ville. L'idée du restaurant est née d'une rencontre entre deux personnes qu'apparemment rien ne prédestinait à une telle aventure: Paul Marzouk, parisien et consultant en stratégies et communication dans le domaine du luxe et de l'édition et Giancarlo d'Elia, un manager italien, rompu aux techniques de gestion, conseiller en management et installé depuis plus de dix ans au Grand-Duché. Très vite, l'idée de créer quelque chose ensemble se précise: offrir du soleil toute l'année à des personnes qui n'en ont pas autant qu'ils le souhaiteraient. L'idée de créer un restaurant italien s'impose, mais pas n'importe lequel. Pour faire la différence, il s'agit de choisir un lieu central par sa localisation et magique par son décor, son agencement et ses couleurs. Autres particularités du Basta Così: une équipe de professionnels aux compétences multiples et une carte originale proposant des produits authentiques à des prix proches de ceux pratiqués en Italie.

«La cuisine italienne n'a pas besoin d'être coûteuse et est naturellement riche de centaines de créations régionales, toutes aussi délicieuses les unes que les autres. De nos jours, trop de recettes ont perdu de leur authenti-



Le Basta Così: une ambiance typiquement toscane

cité. Nous avons voulu revenir aux recettes traditionnelles de nos grands-mères», affirme Paul Marzouk. Plusieurs animations sont également proposées: une programmation musicale qui fait la part belle à la musique electrojazz, et des soirées «Opéra», pour ne pas oublier que l'Italie est le pays du Bel Canto. Le résultat parle de lui-même. Le Basta Così vient d'ouvrir ses portes et compte déjà de nombreux habitués. Est-ce l'ambiance qui fait qu'on s'y sent bien à toute heure, au bar, dans la salle ou dans les salons du premier étage? Est-ce cette esthétique qu'on a voulu intemporelle ou simplement l'agencement des lieux? Un peu de tout cela probablement. Et d'autres choses encore, à découvrir par soi-même.

Plus d'informations: Restaurant Basta Così, 10 rue de Louvigny, L-1946 Luxembourg.

Ouverture de l'espace LEA à Luxembourg

LEA, la marque de bijoux du monde et de Tahiti, a ouvert son espace d'exposition

à Luxembourg. Les créations LEA, uniques et originales, puisent leur inspiration dans les diversités culturelles. Elles marient librement de multiples matériaux souvent venus d'ailleurs et aiment les contrastes, comme bois mat et cristal brillant.

Fruits de la nature, les bijoux LEA assemblent les produits de la mer ou des rivières: perles d'eau, de la terre: graines, pierres ou terre cuite, du feu: émaux ou verre. Riches en couleurs, les formes variées de la géométrie naturelle, rondes, triangles, ovales, étoiles ou gouttes, s'associent dans des constructions audacieuses. Composés aussi autour d'une broche parfois ancienne ou d'une pièce ethnique, les bijoux évoquent différentes époques de l'histoire, classiques ou modernes. Ils peuvent être ouvragés ou simples, baroques ou discrets.

Chaque femme peut y trouver le style ou l'esprit qui lui correspond en vue des différentes occasions de la vie et pour tous les budgets: tours de cou simples en cuir, colliers inédits, bracelets tressés, boucles d'oreilles brodées, bagues travaillées, broches ou accessoires. LEA développe également une ligne de bijoux pour hommes et offre notamment des boutons de manchettes ou bracelets colorés et originaux. Enfin, LEA offre un service sur mesure axé sur la personnalisation et le haut de gamme. Il peut s'agir de créer le bijou pour un événement particulier, une soirée, un mariage ou un anniversaire, ou d'assortir le bijou à une tenue ou les boucles d'oreilles à un collier. Chaque bijou est remis dans un bel écrin comportant la photo et la carte d'identité de la pièce unique avec son référencement.

L'espace LEA propose au 1^{er} étage du 83 rue de Hollerich à Luxembourg (parking disponible) un salon d'accueil et une galerie où le thé vous est



Léa Bloch,
fondatrice
de LÉA

offert tous les mercredis après-midi de 14h30 à 16h30 («Les rendez-vous de LEA»). D'autres rendez-vous peuvent être fixés à votre convenance. Pendant tout le mois de décembre, la boutique LEA est ouverte les week-ends, vendredi, samedi et dimanche après-midi de 14h à 18h. Une quinzaine de la bague est prévue en février pour la période de la Saint-Valentin.

Plus d'informations: www.bylea.com, tél.: 26 10 37 30 ■

Systemat Luxembourg: dix ans au service de ses clients

Cette année, Systemat fête dix ans de présence à Luxembourg. L'entreprise y occupe 65 collaborateurs et réalise, depuis son siège de Capellen, un chiffre d'affaires de quelque 25 millions d'euros. Au cours de ces dix ans, Systemat Luxembourg a rapidement gagné la confiance des principaux acteurs économiques du pays, s'imposant comme un prestataire global de services informatiques majeur.

Historiquement, Systemat s'est construite sur des partenariats avec les grands constructeurs et éditeurs mondiaux. Ce modèle a aujourd'hui évolué: tout en collaborant avec ses partenaires, Systemat se concentre sur sa force intrinsèque. Il en résulte une relation client-Systemat essentiellement basée sur la valeur ajoutée pour le métier du client.

Les deux grands segments de marchés auxquels s'adresse Systemat sont

les grands comptes et le «mid-market». Aussi les services commerciaux et techniques du groupe Systemat sont-ils organisés autour de deux «brands» distincts: Systemat Business Services (centralisation des prestations à fortes compétences techniques dans le cadre de projets majeurs confiés par les grands comptes) et Systemat Global Solutions (solutions globales mais néanmoins packagées pour les petites et moyennes entreprises).

EN BREF

Cette année, le château-palais de Vianden est à l'honneur. Des informations concernant la «Luxembourg Card» de l'Office National du Tourisme et des références aux piliers de l'industrie comme Cargolux, Arcelor, GoodYear, SEO Vianden et SES Astra complètent la brochure. Ces brochures sont disponibles à l'Office de Tourisme (Lux-Gare), ainsi qu'au Syndicat d'Initiatives, Place d'Armes. Plus d'informations sur: www.hotels.lu; e-mail: visser@hotels.lu

Arcelor Excellente performance trimestrielle



Le Conseil d'administration du groupe sidérurgique Arcelor, réuni le 12 novembre 2004 sous la présidence de Joseph Kinsch a examiné les comptes consolidés du groupe du troisième trimestre 2004. Le résultat net consolidé s'élève à 629 millions d'euros, contre 101 millions pour le troisième trimestre 2003. L'évolution positive du chiffre d'affaires et des résultats s'est confirmée malgré le ralentissement estival habituel en Europe. La consommation mondiale d'acier, qui continue à être tirée par une forte demande en Chine, croît à un rythme sain sans être négativement affectée par des efforts des pouvoirs publics chinois visant à éviter une surchauffe de l'économie. Sur les neuf premiers mois de l'année les prix de vente des

produits plats couvrent à peine les augmentations des prix des matières premières et de l'énergie. L'amélioration des marges est essentiellement due à une performance opérationnelle améliorée et à la poursuite de la mise en œuvre des synergies. Une forte génération de cash-flow et l'augmentation de capital réussie (destinée au financement de l'acquisition des actifs brésiliens) ont permis une réduction de l'endettement net.

Mosel Aus- und Weiterbildung zum Gästeführer und zur Gästeführerin

Lebendig gestaltete Gästeführungen, die Spaß machen und trotzdem Wissen vermitteln, das verspricht die Ausbildung zum Gästeführer, die zum Jahresanfang 2005 startet. Interessenten können in Grevenmacher an einem Formationszyklus teilnehmen, nach dessen Abschluss sie qualifiziert sind, Führungen in der Region des Luxemburger Moseltals in Kooperation mit der Entente Touristique de la Moselle und der LAG LEADER+ „Lëtzebuurger Musel“ zu begleiten. Der Formationszyklus ist auf einen Zeitraum von ca. einem halben Jahr angelegt. Der erste Teil beschäftigt sich mit der Vermittlung von Informationen, der zweite Teil mit den zu vermittelnden Informationen selbst, im dritten Teil werden konkrete Themenführungen als buchbare Angebote erarbeitet. Die Kursgebühr für den ersten und zweiten Teil beträgt 160 euros. 80% dieser Kursgebühr wird den Teilnehmern beim

Dans le milieu bancaire, en particulier, l'entreprise est reconnue comme un acteur extrêmement actif et elle entend bien renforcer son statut de partenaire privilégié sur base des exigences actuelles et futures du secteur. Dans le domaine public, Systemat Luxembourg remporte régulièrement de nombreux et importants succès dans les projets d'investissements des grandes administrations, qu'elles soient nationales ou européennes. Enfin, auprès des petites et moyennes entreprises, Systemat

Luxembourg joue de plus en plus un rôle de prestataire de confiance, essentiellement auprès d'organisations ne disposant pas des ressources informatiques internes. Cette organisation des services se rapproche du modèle original NOEMI (Nouvelle Organisation pour l'Exploitation et la Maintenance Informatique) développé par le CRP Henri Tudor, dont le projet est de «labelliser» le concept. Comme toutes les entités du groupe Systemat, la filiale luxembourgeoise est certifiée ISO 9001:2000. ■

Secteur automobile

IEE a présenté ses nouveautés au salon Airbag 2000+

IEE, l'équipementier luxembourgeois, a présenté des produits innovants lors du salon Airbag 2000+, organisé à Karlsruhe (Allemagne) du 29 novembre au 1^{er} décembre 2004. IEE travaille actuellement sur une nouvelle génération de systèmes de détection de l'occupant d'une voiture, le système de vision 3D. Ce système a pour mission d'informer les systèmes passifs de retenue du véhicule en détectant et en catégorisant le type d'occupant et en identifiant sa position. Le 3D Vision System sera installé au niveau de la console centrale de plafond. Le capteur ou la caméra 3D repose sur le principe du temps de vol optique, qui fournit des informations directes sur la distance des objets par rapport à la caméra. La caméra 3D génère ainsi une matrice de valeurs de distance pour obtenir une image topographique. Les données relatives à la distance permettent de situer avec précision la position spatiale de tout objet dans le champ de vision de la caméra.

Lors du salon Airbag 2000+, IEE a également présenté le capteur de présence et d'orientation de siège



Capteur
3D Vision
System

d'enfant (Child Seat Presence and Orientation Detection – CPOD). Le CPOD est capable de détecter les sièges d'enfants grâce aux résonateurs intégrés présents sur le siège passager et empêche donc le déploiement de l'airbag dans les situations critiques. L'organisateur du symposium et du salon Airbag 2000+, le Fraunhofer ICT (Institute for Chemical Technology), est le plus important institut de recherche et développement indépendant dans le domaine de la technologie et de l'expérimentation relative aux airbags. Il dépend de Fraunhofer, la plus grande organisation européenne de recherche appliquée et sous contrat.

Pour de plus amples informations: www.iee.lu. ■

Job Partner Luxembourg

fête son 3^{ème} anniversaire

Job Partner Luxembourg, cabinet de recherche et de sélection de personnel ainsi que de conseil en recrutement et ressources humaines, fête ce mois-ci ses trois ans d'existence et poursuit sa croissance. La société a vu le jour en novembre 2001 dans un contexte particulièrement difficile puisque, dès sa création, Job Partner a dû immédiatement affronter un marché de l'emploi qui n'a cessé de se détériorer. La gageure était de taille et pourtant, Job Partner Luxembourg a su s'imposer comme un acteur incontournable sur le marché de l'emploi à Luxembourg.

Alain Berland, fondateur et directeur gérant de la société, peut être fier du chemin parcouru, des résultats obtenus et des perspectives d'avenir, 2004 est une très bonne année et 2005 s'annonce déjà sous les meilleures auspices. Aujourd'hui, Job Partner Luxembourg compte une très belle clientèle dans le monde de la finance (banques et assurances), du conseil (audit, comptabilité, fiduciaire), de l'informatique,

de l'industrie et des PME/PMI. En moyenne, 75 nouvelles candidatures rentrent chaque jour et, en 3 ans, près de 600.000 visiteurs ont consulté les offres d'emploi de Job Partner Luxembourg dont la base de données contient plus de 3.500 candidats dans les différents métiers», commente Alain Berland. Les raisons de ce succès sont le sérieux, le professionnalisme, une approche très sélective des candidats par des entretiens individuels sur leurs compétences, leurs connaissances et leur personnalité.

Job Partner Luxembourg ne «vend» pas de curriculum vitæ, mais respecte une démarche de qualité afin de proposer à ses clients les collaborateurs répondant au mieux à leurs exigences. De plus, chaque candidat engagé par l'intermédiaire de Job Partner Luxembourg est suivi régulièrement afin de s'assurer de sa satisfaction et de celle de son employeur.

Job Partner Luxembourg répond ainsi aux besoins de ses clients en leur trouvant les ressources néces-



Alain Berland,
Fondateur
et Directeur
Gérant de
Job Partner
sàrl

saires à la mise en œuvre de leur stratégie et au support de leur activité.

Depuis peu, Job Partner Luxembourg fournit à sa clientèle un nouveau service de conseil dans tous les domaines des ressources humaines et confirme ainsi sa dynamique de croissance et d'évolution. Pour tout renseignement supplémentaire: www.jobpartner.lu.

Er ist zufrieden mit seinem Computerpartner...



www.johanns.info

JOHANNNS
D@TENTECHNIK

Sie suchen...

- ✓ einen zuverlässigen EDV- Partner
- ✓ den schnellsten Problemlöser
- ✓ 24 Stunden Service
- ✓ die besten IT- Produkte

Westpark 9 - 54634 Bitburg - Tel. +49 6561 670444

EN BREF

erfolgreichen Ausbildungsabschluss zurückerstattet. Interessenten melden sich an bei jzeimet@pt.lu oder pascale.arend@musel-leader.lu.

Luftfrachtindustrie

Sita und Cargolux gründen neues IT-Unternehmen

SITA Cargo (UK) Ltd., eine Tochtergesellschaft von SITA INC, und die Cargolux Tochter Champ Cargosystems S.A., werden zu einer neuen Gesellschaft fusionieren die marktführend auf dem Gebiet der Luftfrachtautomation sein wird. Die Gesellschaft, die zu 51% im Besitz von SITA INC und zu 49% im Besitz von Cargolux ist, wird in Luxemburg beheimatet sein. Die Hauptvertretungen befinden sich in Luxemburg, Grossbritannien und den USA. Personalreduzierungen nach der Fusion sind nicht geplant. Über die nächsten fünf Jahre sollen zudem erhebliche Investitionen in die Gesellschaft fließen. John Johnston wurde zum CEO des neuen Unternehmens ernannt. Herr Johnston ist zu Zeit CEO der Cargolux Tochter CHAMP Cargosystems S.A. und verfügt über langjährige Erfahrung

im Luftfrachtmanagement. Die neue Gesellschaft wird auch weiterhin für die internen IT Systeme von Cargolux Airlines, im Rahmen eines Outsourcing-Abkommens, verantwortlich sein.

Secteur bancaire

Fortis se dote d'une structure européenne unique de leasing

Conformément à sa stratégie qui vise à devenir un acteur majeur sur le marché européen du leasing, Fortis a décidé de regrouper toutes ses activités de leasing sous une nouvelle société faitière, Fortis Lease Group. Basée à Luxembourg, Fortis Lease Group sera responsable de la stratégie, de la coordination et du suivi de toutes les activités de leasing de Fortis. La création de Fortis Lease Group apportera plus de visibilité et de cohérence aux activités dans ce domaine. Elle devrait permettre d'atteindre plus rapidement l'objectif de devenir un des leaders européens du leasing. Les filiales opérationnelles seront apportées à Fortis Lease Group à l'occasion d'une série de transactions internes.

Energie

Multisolar wird europäischer Vertriebspartner von Shell Solar

Multisolar wurde kürzlich zum europäischen Vertriebspartner von Shell Solar GmbH ernannt. Shell Solar, einer der weltweiten Leader im Markt der erneuerbaren Energien, insbesondere der Photovoltaik, mit Fabrikationseinheiten in Deutschland, Portugal und den USA, trägt hiermit der Dynamik Rechnung die Multisolar im Laufe von weniger als 2 Jahren zu Tage gelegt hat. Multisolar ist nicht nur einer der Marktführer in seinem Segment in Luxemburg, sondern hat sich auch europaweit als einer der herausragenden Partner von Shell Solar etabliert. Neben seiner derzeitigen Aktivität als Systemanbieter für Endverbraucher im Bereich Photovoltaik in Luxemburg eröffnen sich hiermit für Multisolar neue Märkte und Absatzmöglichkeiten im Bereich des Groß- und Zwischenhandels.

Die Entwicklung von Multisolar zeugt vom Bestreben von Rollinger Walfer, neben seinen klassischen Geschäftsfeldern Heizung-, Sanitär- und Dachtechnik, den Bereich erneuerbare Energien weiter auszubauen, auch über die Grenzen von Luxemburg hinaus. Multisolar ergänzt auch hervorragend die Entwicklung von HouseConcept, einer weiteren Filiale von Rollinger Walfer, spezialisiert im Bau von Niedrigenergie- und Passivhäusern. Mit Hilfe von Photovoltaikanlagen gelingt es HouseConcept, so genannte EnergiePlus Häuser zu bauen, Gebäude die mehr Energie im Laufe des Jahres produzieren als sie aufnehmen. HouseConcept kann in diesem Bereich mit Referenzen, sowohl im privaten, wie auch im Bereich von Geschäfts- und Bürogebäuden aufwarten. Weitere Infos zu Multisolar unter: www.rollinger.com. ■

GESTO!

Solutions informatiques pour entreprises



- ⇒ **Comptabilité informatisée pour entreprises !**
- ⇒ **Nous assurons:**
- ⇒ *La création de votre dossier comptable !*
- ⇒ *La formation sur site de vos employés ! (luxemb.)*
- ⇒ *Le suivi et l'assistance comptable sur votre dossier !*
- ⇒ *Utilisation facile, notions de comptabilité non requises !*

Gesto – Thomé & Martin senc

L-6370 Haller

renseignements au tél. 35 65 97 31

info@gesto.lu

Aral schult Mitarbeiter in Fahrsicherheit

Damit sich die Zahl der Unfälle im Straßenverkehr innerhalb des Unternehmens verringert, nehmen ab sofort alle Mitarbeiter, die dienstlich für Aral fahren, regelmäßig an Fahrsicherheitstrainings teil, die alle drei Jahre wiederholt werden. Damit will Aral die Unfälle im Straßenverkehr, insbesondere die tödlichen, weiter reduzieren. Das Trainingsprogramm ist Teil des so genannten „Driving Safety Standard“ (Standard für Fahrsicherheit), der bei Aral weltweit ab 1. Januar 2005 gilt. Dieser Standard umfasst insgesamt 10 Elemente, die jeweils Anforderungen an den Fahrer und das Fahrzeug stellen.

Beispielsweise müssen demnächst alle Dienstfahrzeuge sowie dienstlich genutzte Privatfahrzeuge

(ab 2007) hohe technische Mindestanforderungen erfüllen. Auch die Verträge mit Mietwagenunternehmen wurden den neuen Bedingungen angepasst. Im Mittelpunkt des Standards steht jedoch der Mensch. Denn nur wer fahrtüchtig ist, Risiken erkennen und vermeiden kann, kommt sicher ans Ziel. Daher wird in einem weiteren Training das Problem der Übermüdung ins Bewusstsein gerückt: Wie erkenne ich Müdigkeit, was sind die Ursachen? Wie kann ich gegensteuern? Ebenso sensibilisiert Aral für Unfälle aufgrund Ablenkung durch Elektronik. Insbesondere verbietet Aral das Telefonieren während der Fahrt. Dies bezieht sich ausdrücklich auch auf Mobiltelefone mit Freisprecheinrichtung.

Sicherheit und damit auch die Fahrsicherheit wird bei Aral seit vielen Jahren groß geschrieben. Dabei gilt die Devise: „Technik ist wichtig, entscheidend aber ist der Mensch.“ Seit Ende der achtziger Jahre gibt es bereits spezielle Fahrsicherheitstrainings für Tankwagenfahrer. Gerade diese sehen sich durch das gestiegene Verkehrsaufkommen immer größeren Belastungen ausgesetzt. So setzt Aral spezielle Trainings-tankwagen ein, die mit Stützrädern ausgestattet sind. Dadurch lassen sich Gefahrensituationen, wie z. B. das Umkippen (im Fachjargon: roll-over) gezielt simulieren, ohne dass das Fahrzeug außer Kontrolle gerät.

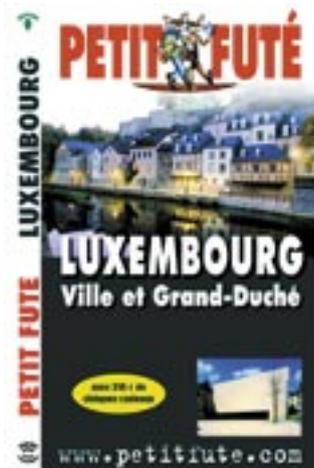
Nouvelle parution

Découvrir le Luxembourg avec le Petit Futé

Véritables concentrés touristiques en raison de l'exiguïté de son territoire, le Luxembourg semble avoir été créé sur mesure pour le tourisme qui est devenu une importante source de revenu national. Le Luxembourg offre d'innombrables activités culturelles, sportives et autres afin d'assurer un séjour agréable aux visiteurs. C'est ce que vous propose de découvrir aujourd'hui la nouvelle édition du Petit Futé dédié au Luxembourg. Tournés jusqu'à présent vers la consommation urbaine, les «City-guides» du Petit Futé sont aujourd'hui devenus des guides beaucoup plus touristiques, qui s'adressent toujours aux résidents mais également à tous ceux qui arrivent dans la ville.

Six grandes parties remplacent les vingt rubriques qui composaient les anciens guides. Les deux premières intitulées «Repères» et «Découvertes» permettent d'accéder facilement à la ville, de trouver un hébergement, de se situer aussi bien dans l'espace que dans le temps. Des plans détaillés du centre ville, de l'agglomération et des transports en commun illustrent les textes. La partie «Découvertes» s'ouvre au lecteur comme un livre d'images où se mêlent histoires d'hier et d'aujourd'hui, spécialités et gloires locales. Une visite complète de la ville, de ses monuments, des musées ou des lieux insolites est complétée par des idées de circuits. Les autres parties regroupent des rubriques culturelles, sportives, nightlife, shopping et restauration.

Le «City Guide» a été repensé entièrement dans sa conception graphique et dans sa mise en page qui est plus aérée, avec des textes sur deux colonnes pour les deux premières parties et une typographie plus moderne. Chaque partie a une couleur de référence et les pages ont des petits onglets afin que le lecteur se repère facilement. Le Petit Futé Luxembourg 2005 de la collection «City-Guide» est disponible au prix de 10,00 euros.



Bourse d'entreprises

Groupe 1 – A céder

Réf.: C129

Vends pour cause de retraite magasin d'appareils électroménagers et articles apparentés, situé au centre du pays. Prix correspondant à la valeur de l'inventaire. Prise de participation partielle possible dans un premier temps.

Réf.: C131

Vends fonds de commerce Auberge-Café-Restaurant 13 chambres, affaire familiale à Luxembourg, quartier Place de Paris.

Réf.: C148

Vends Hôtel-Restaurant aux alentours de Luxembourg-Ville (± 20 km); situation exceptionnelle, parking, jardin, terrasse. Location également envisageable.

Réf.: C180

Vends fonds de commerce restaurant/brasserie gastronomique, avec terrasse, dans cadre médiéval touristique.

Réf.: C221

Vends commerce de meubles; très bonne situation; garantie des exclusivités et accords; retrait progressif si souhaité.

Réf.: C227

Vends fonds de commerce d'un hôtel, restaurant, taverne dans les ardenes; terrasse.

Réf.: C239

Vends entreprise de vente, installation et maintenance de machines d'embouteillage et emballage. Accords de distribution exclusifs dans l'industrie.

Réf.: C244

Vends magasin de textiles, actuellement vêtements pour enfants.

Réf.: C249

Vends fonds de commerce avec stock important d'un commerce de vin situé à la Moselle; entreprise familiale de longue date.

Réf.: C259

Vends fonds de commerce d'un restaurant-pizzeria dans le nord du pays; 70 couverts; appartement privé; location de 7 chambres.

Réf.: C260

Vends espace commerciale de 450m²; équipement pour wellness & beauty inclus, 20 parkings privés; à 10 minutes de Luxembourg-Ville; vente des murs ou location possible.

Réf.: C264

Vends cause retraite: Commerce de luxe literie/linge de maison; proximité Luxembourg-Ville.

Réf.: C265

Vends fonds de commerce d'un garage avec salle d'exposition et atelier de réparations.

Réf.: C266

Vends hôtel- restaurant +/- 3500 m²; 42 chambres; appartement; garage-parking; vente avec murs; administration avec magasin +/- 500 m².

Réf.: C267

Vends institut de beauté sur 260 m²; agencement neuf. Très bonne clientèle. Reprise de la franchise incluse.

Réf.: C268

Vends magasin de vêtements au centre-ville de Luxembourg.

Réf.: C269

Vends Restaurant au Centre-Ville, installations et équipements nouveaux, excellente situation, parking à proximité.

Réf.: C270

Vends société d'Import/Export, grossiste et détaillant d'épicerie fine et de luxe ainsi que cadeaux, art et vins

Réf.: C273

Vends société de décoration saisonnière et organisation d'évènements

Réf.: C274

Vends société de développement et de commercialisation de logiciel de gestion d'entreprise.

Réf.: C276

Vends commerce d'articles de cadeau et décoration d'intérieur, articles pour bonbonnières et confiseries.

Réf.: C277

Vends restaurant italien dans vieille ville, terrasse, 90 couverts.

Réf.: C279

Vends société de fabrication et de vente de produit alimentaire, quatre emplacements au Luxembourg.

Réf.: C281

Vends magasin de textiles, de mercerie et de bonneterie.

Réf.: C283

Vends magasin de meubles, fond de commerce ou fond de commerce avec dépôt.

Réf.: C284

Vends fonds de commerce brasserie-restaurant avec terrasse et cave disco dans vieille-ville.

Réf.: C286

Vends Pizzeria-Restaurant au sud du pays, excellente réputation, maison de tradition. 110+terrasse 180 cvrts. Bon rendement. Long bail à conditions avantageuses.

Réf.: C288

Vends commerce (parts+stock) spécialisé dans le vêtement haut de gamme. Bon emplacement dans le Centre-ville.

Réf.: C290

Vends Auberge-Restaurant en plein milieu de campagne, +/- 60 couverts. Etat excellent, bonne clientèle existante.

Réf.: C293

Vends magasin de vélos spécialisé haut de gamme, marque exclusive, très forte notoriété au Luxembourg, France et en Belgique. Bon emplacement.

Réf.: C294

Vends Centre de Beauté + Franchise, 7 Cabines. Bon emplacement au sud du pays.

Réf.: C296

Vends Café, Sandwicherie au Centre-Ville.

Réf.: C300

Vends restaurant avec terrasse, 50 couverts. Excellente situation centre ville.

Réf.: C303

Vends commerce de vêtements surface 140m² situé au sud du pays

Réf.: C305

Vends groupe de sociétés dans le secteur IT (bâtiment >1000m²) au sud du pays

Réf.: C306

Vends agence de publicité, année de création 2000. Activité à relancer.

Réf.: C308

Vends fond de commerce d'un magasin de chaussures-maroquinerie et dépôt de nettoyage à sec.

Réf.: C309

Vends magasin de vêtements enfants au Centre-Ville, zone piétonne.

Réf.: C311

Vends restaurant spacieux, semi gastronomique/cuisine traditionnelle lux., +/- 200 places, salle de réunion, terrasse, parking. Partenariat possible.

Réf.: C313

Vends société de service de nettoyage-traitements et microsablage

Réf.: C314

Vends commerce d'articles de sport au Nord du pays

Réf.: C315

Vends Camping, Café, Restaurant, +/-5 ha, emplacements fixes, en très bon état

Réf.: C316

Vends fond de commerce d'un restaurant avec cour intérieure-Centre Gare

Réf.: C317

Vends fonds de commerce d'une Parfumerie au Centre Ville de Luxembourg

Réf.: C318

Vends société de services en Informatique dans le monde Linux. Produits définis, type routeur WiFi ou Serveur de fichier tout intégré. Affaire à lancer.

Réf.: C319

Vends petite entreprise dans le domaine de l'administratif et de l'informatique (cadeaux publicitaires).

Réf.: C320

Vends fonds de commerce d'un Snack/Cafeteria. Bonne situation au nord du pays.

Réf.: C321

Vends fonds de commerce (Agencement, mobilier, Stock...) dans l'alimentation, petite restauration, commerce de vins... au centre ville.

Réf.: C322

Vends tout ou partie des contrats d'exclusivités pour la commercialisation de distributeurs automatiques de DVD en Tchèque et Slovaquie. La marque représentée est un des leader mondial de son secteur d'activité. Personnel trilingue (FR, EN, CZ) faisant déjà partie de l'activité.

Réf.: C323

Vends Restaurant, alentours de Luxembourg-Ville, 90 couverts-sans terrasse

Réf.: C324

Vends Commerce de Bijouterie Fantaisie au Centre Ville de Luxembourg, très bonne situation

Réf.: C325

Vends fonds de commerce au centre ville de Luxembourg, petite restauration, sandwicherie, boulangerie

GE Commercial Finance
Fleet Services

Jean-Paul Biordi change de nom.

Dès le 1 janvier, Avis Fleet Services s'appellera
GE Commercial Finance, Fleet Services.

Oui, il sera toujours Jean-Paul Biordi. Plus disposé que jamais à vous aider à améliorer la productivité et l'efficacité de la gestion de votre parc automobile. A mieux gérer et contrôler les coûts de votre flotte. A simplifier et optimiser la gestion interne de votre flotte, ainsi que les procédures en la matière. Tels sont les services que nous avons fournis à nos clients pendant plus de 25 ans. Et c'est aussi ce que nous comptons tous faire au cours des années à venir, avec l'aide de Jean-Paul, au sein d'une organisation d'envergure mondiale, qui donne le ton dans tant de domaines.

Jean-Paul Biordi, Sales Manager.

**Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.gefleetservices.lu
ou appelez le 42 46 01**



GE imagination at work

Bourse d'entreprises

Réf.: C326

Vends société avec diverses représentations pour l'industrie et pour collectivités.

Réf.: C327

Vends commerce de vêtements pour dames à Echternach dans Zone piétonne, très bonne situation.

Réf.: C328

Vends Café Restaurant avec terrasse à l'Est du pays.

Réf.: C329

Vends Horlogerie-Bijouterie fondée en 1936 dans Ville touristique, zone piétonne.

Réf.: C330

Vends société de transports internationaux de marchandises par route. Location de véhicules inclus.

Réf.: C331

Vends salaisons, boucherie sur 270m², grands frigos, dans un immeuble haute finition.

Réf.: C332

Vends société de transports de marchandises générales.

Réf.: C333

Vends Lingerie de luxe hommes et femmes, bon emplacement dans Centre Commercial, bonne clientèle.

Réf.: C334

Vends entreprise de jardinage, entretiens plantes.

Réf.: C335

Vends société dans la petite restauration situé au Centre-ville. Clientèle fidèle.

Réf.: C336

Vends fond de commerce d'un restaurant 100 places, +/- 250m² terrasse, Luxembourg-Gare.

Réf.: C337

Vends Brasserie-Restaurant centre-ville, parking à proximité, petite terrasse, cuisine équipée, rénovation faite en 2002.

Réf.: C338

Vends partiellement entreprise de construction clefs en main, agence immobilière, commerce de matériaux de construction en plein essor.

Réf.: C340

Vends Centre de Bronzage à Esch/Alzette.

Réf.: C341

Vends magasin de journaux, tabac, lotto.

Réf.: C342

Vends commerce prêt-à-porter dames, chemiserie et lingerie hommes dans zone piétonne au sud du pays, surface comm. 90m², réserve et bureau.

Réf.: C343

Vends pizzeria-restaurant, entièrement rénové, à l'est du pays dans cadre exceptionnel, cuisine équipée en inox, aire pour enfants, terrasse, parking.

Groupe 2 -

Cherche

à reprendre:

Réf.: R171

Cherche à reprendre fiduciaire, clientèle d'un bureau comptable, partenariat, sous-traitance.

Réf.: R181

Société de transports luxembourgeoise, filiale d'un groupe français, recherche entreprise de taille moyenne spécialisée dans le transport routier de marchandises et (ou) dans des activités logistiques.

Réf.: R182

Cherche à reprendre café-sandwicherie à Luxembourg-Ville ou alentours.

Réf.: R185

Société belge recherche bureau d'étude (architecture, expertise, topographie, coordination sécurité) pour étendre son activité au Luxembourg.

Réf.: R193

Entrepreneur indépendant Cherche à reprendre petite entreprise dans le domaine de conseil entreprises, service informatique, traductions.

Réf.: R196

Cherche à reprendre petite société industrielle de fabrication ou de transformation. Participation également possible.

Réf.: R203

Société luxembourgeoise de distribution et de représentations Cherche à reprendre des représentations dans les domaines produits/fournitures industrielles - produits/fournitures pour collectivités - biens de consommation et autres. Ouvert à toute proposition de reprise totale ou partielle

Réf.: R205

Cherche à reprendre fond de commerce pour création d'un magasin de sport

Réf.: R207

Ingénieur Cherche à reprendre société industrielle dans les domaines automation et/ou électronique en général

Réf.: R209

Cherche à reprendre commerce de meubles

Réf.: R210

Ingénieur civil de mines Cherche à reprendre société industrielle/PMI

Réf.: R211

Créateur d'entreprise, dynamique et motivé Cherche à reprendre bar, café ou brasserie à Luxembourg-ville ou alentours

Réf.: R212

Cherche à reprendre fiduciaire, clientèle d'un bureau comptable, partenariat, sous traitance ou partenariat.

Réf.: R213

Cherche à reprendre société de production ou de services à destination des entreprises. Marché européen ou international

Réf.: R214

Cherche à reprendre société de Transport International de marchandises par route. Reprise complète ou prise de participation possible.

Réf.: R215

Cherche participation, partenariat dans fiduciaire, société d'expertise comptable ou de conseil économique.

Réf.: R216

Cherche bureau comptable pour accroissement (partenariat possible).

Réf.: R217

Cherche petit Café, Sandwicherie ou Salon de Thé au Centre Ville

Réf.: R218

Cherche partenariat avec une entreprise active dans la vente et fabrication de produits du secteur énergies renouvelables, photovoltaïque, éolienne et accessoires.

Réf.: R219

Cherche à reprendre commerce de vins.

Réf.: R220

Cherche à reprendre Restaurant-Pizzeria au Centre resp. au sud du pays.

Réf.: R221

Cherche à reprendre société informatique, taille 5-50 personnes.

Réf.: R222

Cherche à reprendre commerce de vêtements haut de gamme, chaussures, lingerie fine.

Réf.: R223

Cherche à reprendre société de fabrication, production et de distribution de produits fabriqués

Réf.: R224

Cherche à reprendre société de services informatiques

Réf.: R225

Cherche salle de spectacle avec bar au centre ville pour un public d'environ 50 personnes.

Réf.: R226

Entrepreneur indépendant Cherche à reprendre petite société de consulting (industrie, import-export) Centre ou Sud. Partenariat possible.

Réf.: R227

Cherche à reprendre petite agence immobilière spécialisée dans la gestion d'immeubles.

Réf.: R228

Cherche à reprendre restaurant avec café, alentours centre-ville de Luxembourg, avec parking, event. chambres à louer.

Réf.: R229

Entreprise luxembourgeoise Cherche à reprendre commerce dans le secteur de l'automobile.

Réf.: R230

Cherche à reprendre petite société de production ou de services.

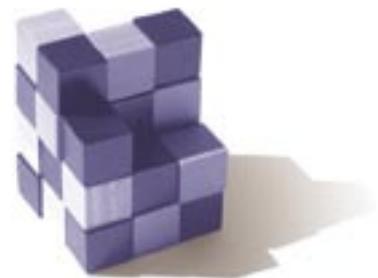
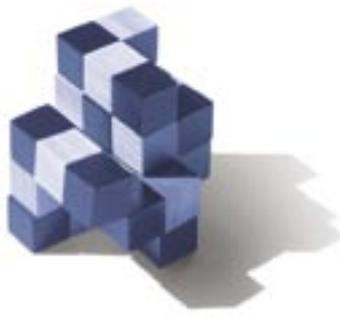
Réf.: R231

Cherche à reprendre cabaret ou club de nuit à Luxembourg.

Réf.: R232

Cherche partenariat avec une entreprise active dans la vente et réparation de voitures toutes marques.

Vous désirez publier une annonce? Inscrivez-vous sur le site www.cc.lu/bourse.htm, en remplissant le formulaire d'offre de cession ou de demande de reprise. De même, si vous voulez obtenir des informations sur une annonce, inscrivez-vous sur notre site. Confidentialité assurée!



Être bien informé, pour mieux réussir



Mesures d'aides | Juridique | Commercial | Fiscalité | Procédures | Formulaires | Actualités

www.entreprises.lu

Le Portail d'informations aux multiples facettes pour les PME/PMI

Le Portail entreprises, édité par le Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur en collaboration avec la Chambre des Métiers, la Chambre de Commerce et la Fédération des Industriels, est un nouvel outil de recherche d'informations. Il propose des démarches à suivre et des conseils pratiques pour chacune des étapes de la vie d'une entreprise au Luxembourg : création, reprise, gestion courante, développement, cession.

Un simple clic permet de télécharger les principaux formulaires se rapportant aux multiples étapes caractérisant la gestion d'une entreprise.



 **Portail**
entreprises



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie
et du Commerce extérieur

 **CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG**



CHAMBRE DES
MÉTIERS
LUXEMBOURG



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Service eLuxembourg



Liquidations

VENTES SOUS FORME DE LIQUIDATION

La présente liste contient une énumération des ventes sous forme de liquidation telles qu'elles ont été autorisées par le Ministère des Classes moyennes sur la base de l'article 7 de la loi du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil sur la publicité trompeuse et sur la publicité comparative.

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

Par ailleurs, les dates indiquées renseignent sur la période de liquidation autorisée; les commerçants visés sont toutefois libres de fixer la période de liquidation effective, en débutant par exemple la liquidation à une date postérieure à celle indiquée et en terminant à une date antérieure. Situation au 15/02/2004.

BOUTIQUE DEMUTH

89, Grand-Rue
L-9002 ETTTELBRUCK
c95146/2004
07/07/2004 - 06/01/2005
cessation complète de l'activité commerciale
articles d'horlogerie, de bijouterie et d'argenterie

BOUTIQUE JOSE

56, rue Zenon Bernard
L-4031 ESCH-SUR-ALZETTE
c95143/2004
25/06/2004 - 24/12/2004
cessation complète de l'activité commerciale
articles de confection et articles de lingerie

CLOPIN-CLOPAN

17A, rue des Tilleuls
L-8832 ROMBACH
c95149/2004
06/09/2004 - 05/03/2005
cessation complète de l'activité commerciale
chaussures et articles de maroquinerie

CONFECTION BERTEMES

43, Grand-Rue
L-9530 WILTZ
c95150/2004
01/10/2004 - 31/03/2005
cessation complète de l'activité commerciale
articles de confection et accessoires de mode, articles de lingerie, articles de mercerie-bonneterie et articles de chapellerie

DALEIDEN S.à r.l.

63, Grand-Rue
L-1661 LUXEMBOURG
c95141/2004
30/08/2004 - 28/02/2005
cessation complète de l'activité commerciale
articles de parfumerie et articles de la branche du coiffeur pour dames

FOURRURES SYBILLE

33, rue de l'Alzette
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE
c95147/2004
01/09/2004 - 28/02/2005
cessation complète de l'activité commerciale
articles de confection, vêtements en fourrure et en cuir et accessoires de mode y assortis

KRETZSCHMAR

5, rue Alphonse Weicker
L-2721 LUXEMBOURG
c95153/2004
05/10/2004 - 04/04/2005
cessation complète de l'activité commerciale
articles textiles, articles en cuir et en fourrures

MEUBLES HOFFMANN

35-37, rue Victor Hugo
L-4140 ESCH-SUR-ALZETTE
c95134/2004
25/05/2004 - 24/11/2004
cessation complète de l'activité commerciale
articles d'ameublement

NEW BABY

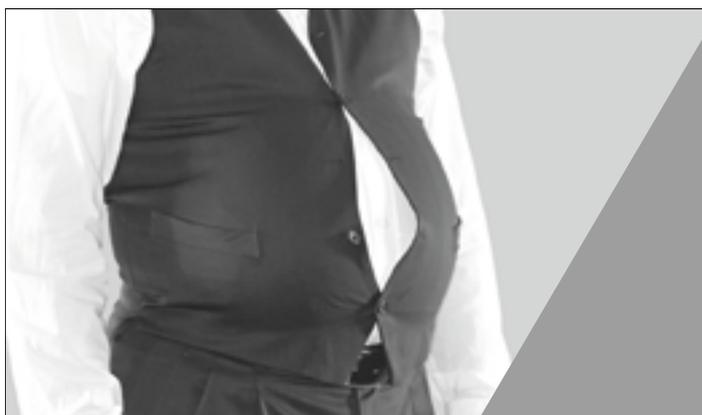
7, place G.-D. Charlotte
L-3710 RUMELANGE
c95132/2004
01/06/2004 - 30/11/2004
cessation complète de l'activité commerciale
articles d'habillement

TOP FANCY S.à r.l.

113, Grand-Rue
L-9051 ETTTELBRUCK
c95144/2004
13/07/2004 - 12/01/2005
cessation complète de l'activité commerciale articles d'habillement en textile, articles de lingerie et articles de mercerie-bonneterie

WAGNER-PATRON

39, Grand-Rue
L-8510 REDANGE-SUR-ATTERT
c95152/2004
05/10/2004 - 04/04/2005
cessation complète de l'activité commerciale équipements du bâtiment et du foyer, articles d'ameublement, produits de ménage, articles horticoles et électroménagers, disques



Wir finden Lösungen, die zu Ihnen passen.

Wer seine Kunden immer wieder gewinnen will, muss konsequente und besondere Impulse geben, z.B. in Shopideen, die gleichermaßen faszinieren und konzeptionell überzeugen. Nutzen Sie unsere Erfahrung im Laden- und Innenausbau.

BRAND Ladenbau S.à r.l.
19, parc d'activité Syrdall
L-5365 Munsbach
Phone (00352) 31 28 85
Fax (00352) 31 28 89
www.brand-ladenbau.lu
info@brand-ladenbau.lu

LADENBAU
BRAND
DIE EINRICHTER

Für Ihren Erfolg.

Leasing financier
Option d'achat

Location financière
sans option d'achat

Sales & Lease back

Leasing opérationnel
Livre ouvert

Leasing opérationnel
Livre fermé

Leasing immobilier



ING Lease Luxembourg



Comptez sur notre know-how financier pour vous épauler

Fort de sa longue expérience en matière de leasing, l'équipe de spécialistes d'ING Lease Luxembourg met ses compétences à votre service et vous fait bénéficier d'une gamme complète de produits financiers dans laquelle vous trouverez à coup sûr la réponse à tous vos besoins.

De nombreuses entreprises ont fait le choix d'ING Lease. Faites comme elles, profitez d'un service compétitif et de qualité.

DIRECT MAIL

De nouveaux horizons pour la distribution de votre publicité.



- Direct, sélectif, modulable
- Votre message arrive directement dans les boîtes aux lettres de votre cible
- Votre message l'incite à réagir

**NUMÉRO
GRATUIT
8002 3210**

DIRECT MAIL Les solutions de communication ciblée.



P&T Division des Postes Unité Commerciale L-2998 Luxembourg - Téléphone : 8002 3210 - Fax : 48 83 94 - www.ept.lu