

JANVIER/FEVRIER 2012



MERKUR

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

www.cc.lu

Nouveaux marchés:

Saisir ensemble les opportunités
de l'internationalisation



■ FEDERATIONS/UEL

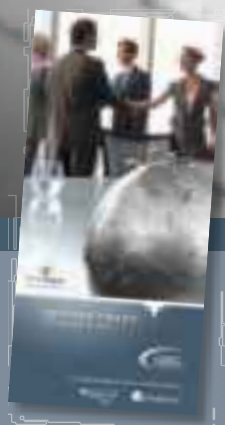
Asseoir durablement le modèle
économique et social du Luxembourg:
enjeux et perspectives

■ ECONOMIE

L'enquête conjoncturelle prend
une nouvelle forme

→ Dans cette édition:

FOREIGN TRADE
OFFICIAL AGENDA 2012



Exclusivité BCEE

RETURN ON INVEST!

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



NOUVEAU A LA BCEE : MASTERCARD BUSINESS MILES & MORE LUXAIR

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

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

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

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



SPUERKEESS

Äert Liewen. Är Bank.

Pour un nouveau paradigme en matière de politique environnementale

Depuis des années déjà, les consommateurs peuvent bénéficier de maintes subventions et primes écologiques, par exemple lors de l'acquisition de voitures, de réfrigérateurs, de logements ou de leur rénovation et, depuis peu, de quadricycles électriques. L'octroi de ces aides publiques est lié au respect de certains critères écologiques. L'objectif affiché de cette politique est de favoriser des gestes de consommation éco-compatibles. Or, ces aides visant à influencer les comportements d'achat ont également un coût important pour le contribuable. Au-delà de considérations purement économiques, il est notamment dans le contexte d'une situation structurellement déficitaire du budget de l'Etat qu'une analyse «coût-efficacité» de cette politique, dont l'objectif est certes louable, s'impose.

Une radiographie des subsides et aides en matière environnementale, et donc un inventaire exhaustif de ces transferts, devraient permettre de conclure si ces instruments remplissent leurs objectifs et si, le cas échéant, d'autres outils ne seraient pas aptes à conduire à des résultats comparables en matière d'éco-compatibilité tout en faisant baisser le coût à charge de la collectivité. Ainsi, n'écartons pas d'emblée des instruments tels que la réglementation ou le malus fiscal.

Dans le contexte de la promotion de produits «vertueux» en matière environnementale, il pourrait notamment s'avérer utile d'introduire des valeurs limites pour des produits ou technologies correspondant à un standard écologique élevé, défini au préalable sur base d'une analyse comparative et en concertation avec les opérateurs économiques concernés. Le choix des consommateurs devrait par la suite être dirigé vers les produits de qualité concernée, et ce afin de réduire de manière générale l'impact environnemental des biens consommés. Le produit «durable» doit devenir le choix de référence du consommateur. Si, malgré tout, ce dernier optait pour un produit sous-optimal, il pourrait, le cas échéant, être tenu de s'acquitter d'un malus fiscal; un genre de taxe écologique qui viserait à inclure, dans le prix de vente, les effets environnementaux négatifs (consommation électrique excessive, émissions importantes, etc.) afin que ce prix reflète véritablement le coût réel du bien écologiquement sous-efficace. Afin qu'un instrument tel que le malus fiscal garde son caractère correctif ou dissuasif, une neutralisation de son coût dans l'échelle mobile des salaires s'impose naturellement.

Il s'agirait d'un changement de paradigme par rapport à la politique actuelle des subsides, qui montre certes des résultats positifs en termes de changement de comportement, mais qui comporte aussi un coût budgétaire significatif. Ce changement de paradigme pourrait s'appliquer notamment dans le contexte des voitures particulières, de certains appareils électroménagers, de logements, etc.

Le fait de subsidier massivement, et sur un laps de temps conséquent, certains produits qui, pourtant, sont dotés d'un standard écologique élevé, ne véhicule guère les bons messages au consommateur. Ce dernier fait ses choix notamment en fonction du prix et il suffirait qu'un subside soit discontinu pour que le choix se porte potentiellement vers un autre produit peut-être moins onéreux, mais également moins éco-compatible.

L'argument dominant pour le consommateur est souvent l'argument du prix: il ne s'interroge pas nécessairement *pourquoi* un produit est moins onéreux que son prix réel ou théorique, mais il porte son choix vers ce produit *parce qu'il* est moins cher. Les aspects en relation avec l'éco-compatibilité et avec le coût relatif au cycle de vie du produit sont largement écartés du choix de consommation. Il faudrait faire en sorte que le consommateur choisisse un bien donné à cause de ses caractéristiques environnementales, et non pas en fonction d'un prix d'acquisition artificiellement plus bas. Afin de guider dans cette approche, et outre les campagnes d'information et de sensibilisation existant déjà en la matière, la mise en œuvre progressive d'un système d'incitation *via* un malus fiscal échelonné selon les caractéristiques environnementales des produits, peut être imaginée.

Le fait d'éviter un comportement contraire aux enjeux du développement durable est toujours préférable à un subside au bénéfice d'un comportement durable, voire de bon citoyen. La durabilité doit guider les choix de production et de consommation si la société veut atteindre un développement durable. Notons que les entreprises sont déjà appelées, dans leurs choix d'investissements, de faire appel aux «meilleures techniques disponibles». Il ne s'agirait, dès lors, que d'étendre cette politique également aux ménages.



DOSSIER

- 4 Nouveaux marchés:
Saisir ensemble les opportunités
de l'internationalisation**

DOSSIER

- 4** Saisir ensemble les opportunités
de l'internationalisation

FLASH

- 18** 160 représentants du secteur de
la logistique et du maritime réunis
à la Chambre de Commerce
- 19** Visite de S.E. Mme Roxanna-Daniela
Iftimie, ambassadeur de Roumanie
- 20** Pouvoir penser le Luxembourg
de 2030 par une remise en cause
des idées reçues

INTERNATIONAL

- 22** Nurturing Long-Term Ties with the
UAE and Qatar
- 22** Calendrier février – juin 2012
- 26** World SME Expo Hong Kong
- 26** Luxembourg Joint Business Council:
Strengthening the bonds between
Taiwan and Luxembourg
- 27** Les entreprises luxembourgeoises et
belges jouent la carte de la proximité
- 28** Become an Official Partner of the
Luxembourg Pavilion at MIPIM 2012
- 30** Official mission to India
- 30** Soufflez avec la Chambre de Com-
merce les 10 bougies de participation
collective au salon Horecatel
- 31** Save the date: official mission
to Canada
- 31** Save the date: Delegationsreise
im Rahmen des Staatsbesuchs
in Deutschland
- 32** 25^e édition de l'Oeko-Foire:
les inscriptions sont lancées
- 34** Convention d'affaires internationale
b2fair au salon MIDEST Paris
- 35** Visite accompagnée au salon CeBIT
à Hanovre



FLASH

- 18 Cluster maritime luxembourgeois et Cluster for Logistics Luxembourg:
160 représentants du secteur de la logistique et du maritime réunis à
la Chambre de Commerce**

- 36** Visite accompagnée au salon
Alimentaria à Barcelone
- 37** BOA – Bourse d'Opportunités
d'Affaires
- 39** Textes européens publiés du
18 novembre 2011 au 10 janvier 2012

FORMATION

- 40** Assurer la qualité de l'apprentissage
avec la «Formation pour tuteurs en
entreprise»
- 41** 216 lauréats du programme de
formation «LSC Entrepreneurship»
récompensés
- 42** Marketing Master Class: Mieux
comprendre et analyser ses marchés
pour prendre de meilleures décisions
stratégiques et opérationnelles
- 44** LSC: catalogue «FPC»:
Semestre I/2012
- 46** «A l'avenir les managers devront
beaucoup plus régulièrement
actualiser leurs compétences pour
faire face à des enjeux professionnels
en perpétuel mouvement»,
Jérôme Caby
- 47** Deuxième édition de la formation
«Appréhender l'économie luxem-
bourgeoise et ses spécificités»
- 48** Nouveau programme de formation:
«Gestion et Développement des
Ressources Humaines»
- 49** Séances de formation LSC- Registre de
commerce et des sociétés
- 49** Le «Projet intégré intermédiaire» (PII)
- 50** La crise de 2009 impacte les investis-
sements en formation des entreprises
- 51** Accord de coopération entre l'Uni-
versité du Luxembourg et le Conser-
vatoire national des arts et métiers

INNOVATION

- 52** Business Initiative lance
1,2,3 GO SOCIAL
- 54** Futurs mentors et mentorés,
venez vous informer!
- 56** La propriété intellectuelle,
un capital inexploité
- 57** Laurent Pfister, chercheur du CRP –
Gabriel Lippmann, distingué

ECONOMIE

- 58** Une année 2011 en demi-teinte
- 60** Avis aux ressortissants:
l'enquête conjoncturelle prend une
nouvelle forme
- 60** Les services à la rescousse d'une
balance courante dont l'excédent
se dégrade
- 61** Les Lycées Aline Mayrisch et
Robert Schuman reçoivent la
Chambre de Commerce
- 62** Nachhaltige Mobilität –
Konzepte für die Welt von morgen
- 63** Participation du Luxembourg à
la réalisation des études inter-
nationales IMD et WEF portant sur
la compétitivité
- 64** Photo mensuelle de l'économie
luxembourgeoise

LEGISLATION & AVIS

- 70** Projets de loi soumis pour avis
à la Chambre de Commerce
- 72** Prolongation des mesures
temporaires en faveur de l'emploi
- 73** Contribuez vous aussi à l'étude
sur les charges administratives en
matière de TVA
- 73** Assurance accident: taux de
cotisation 2012
- 74** Campagne de mise à jour des dossiers
du Registre de Commerce (RCSL)



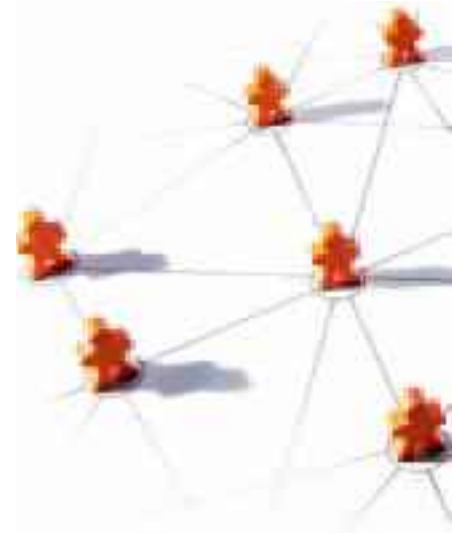
INTERNATIONAL

- 27 Séminaire économique et financier: les entreprises luxembourgeoises et belges jouent la carte de la proximité**



FORMATION

- 40 Formation pour tuteurs en entreprise: remise de certificats LSC**



INNOVATION

- 52 Nouveau parcours: Business Initiative lance 1,2,3 GO Social**

FEDERATIONS/U.E.L.

- 76** Asseoir durablement le modèle économique et social du Luxembourg – Enjeux et propositions
- 76** Les décisions prises par le Gouvernement ne constituent pas une réponse appropriée aux problèmes auxquels le pays est confronté
- 78** Pierre Lentz, nommé président
- 78** L'ALCA voit enfin le jour
- 78** Réforme de la profession: les réviseurs d'entreprises souhaitent que la Commission européenne reconsidère ses propositions
- 80** Heures d'ouverture – réunion de la dernière chance
- 80** The Place: un lieu d'échanges et de formation sur le management opérationnel et le développement durable

RSE

- 82** Chaque mois, l'INDR vous fait découvrir 2 bonnes pratiques en matière de RSE
- 82** La RSE, vecteur de pérennisation des activités de Goblet Lavandier & Associés
- 83** Dussmann Luxembourg contribue réellement à la protection durable de l'environnement

GRAND ENTRETIEN

- 84** "Organizations thrive when communication is good"

INFO ENTREPRISES

- 86** BGL BNP Paribas mise sur la convivialité et les nouvelles technologies
- 86** Le Fin Gourmand par le menu ...
- 86** En bref
- 87** 7 Camicie accueille la marque NeroGiardini

- 88** Delitrateur ouvre un premier point de vente au Luxembourg
- 90** Luxaviation développe ses activités à Tbilisi en Géorgie
- 90** binsfeld corporate suit les médias sociaux avec Trendiction
- 91** Deloitte Luxembourg lance les *Link'n Learn 2012*
- 91** Enovos et l'énergieagence proposent des solutions pour réduire la consommation d'énergie et l'empreinte carbone
- 92** Le Coffre-fort virtuel® SeeZam.lu compatible avec LuxTrust
- 92** Lancement de SURVEY 2, un outil professionnel d'auto-évaluation

Tourisme

- 94** L'ONT élabore son Masterplan CAP 2012

LES 100 VISAGES DE LA CDC 96

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

Paraît 10 fois par an
Tirage: 35.000 exemplaires
Reproduction autorisée
avec mention de la source.
Copie à l'éditeur
Rédaction:
Patrick Ernzer, rédacteur en chef
Marie-Hélène Trouilleux
Violaine Mathurin, Corinne Briault

Mise en page et impression:
Imprimerie Centrale S.A.
Conception graphique:
rose de claire, design.
Couverture:
lola
Crédit photographique:
MEV Verlag, EU, SIP,
ONT Luxembourg, M-H. Trouilleux

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

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



Nouveaux marchés

Saisir ensemble les opportunités de l'internationalisation

La globalisation de l'économie, l'accentuation de la concurrence et la taille réduite du marché local poussent de plus en plus d'entreprises luxembourgeoises à s'intéresser à l'internationalisation. L'ouverture vers l'extérieur peut en effet permettre à une entreprise de conquérir de nouvelles parts de marchés, d'accroître sa notoriété et son influence, d'augmenter son chiffre d'affaires et de diversifier ses approvisionnements. Or, une stratégie d'internationalisation demande une préparation minutieuse et des engagements financiers souvent très lourds. Heureusement, la Chambre de Commerce propose toute une gamme de services pour faciliter l'accès aux marchés étrangers aux entreprises luxembourgeoises.

L'internationalisation est une stratégie de développement d'une entreprise hors de son marché national ou marché domestique avec l'objectif de bénéficier d'avantages concurrentiels supplémentaires. Les raisons pour s'engager sur la voie d'une

ouverture à l'international peuvent être multiples et aussi bien de nature économique que stratégique.

D'une manière générale, l'internationalisation des activités doit permettre à une entreprise de conquérir de nouvelles parts de marchés, d'accroître sa

notoriété et son influence, d'augmenter son chiffre d'affaires et de diversifier ses approvisionnements. Cette ouverture est facilitée par la mise en place d'institutions internationales destinées à réguler les échanges et à réduire les droits de douane ainsi que les obstacles non

tarifaires. De plus la coopération économique régionale se développe par la création de zones de libre échange ou d'unions économiques intégrées, telles que le marché unique européen. Enfin le progrès technique raccourcit les distances, en favorisant aussi bien le transport physique des biens que le développement des communications à distance par l'usage des nouvelles technologies d'information et de communication.

Les opportunités de l'internationalisation

L'internationalisation permet en principe de bénéficier d'une série d'opportunités économiques, telles que:

- des gains de productivité en matière de transports par la baisse du coût et la réduction du temps des transports;
- des opportunités commerciales, liées à l'apparition de nouveaux marchés comme p.ex. dans les pays BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine);
- des économies de dépenses par le rapprochement des nouveaux lieux de production et de consommation;
- des économies d'échelle par l'extension des marchés et l'homogénéisation des modes de vie et de consommation de certains produits (alimentation, textile, habillement ...);
- une diversification de la demande en compensation d'une saturation progressive de la demande dans les marchés domestiques.

A ces opportunités s'ajoutent certains avantages souvent sous-estimés tels qu'une mise à l'abri contre des formes de protectionnisme souvent déguisées mais non moins réelles ou la mise à profit de régimes fiscaux avantageux.

A côté de ces avantages potentiels il existe pour les entreprises également des raisons plus stratégiques d'investir dans l'internationalisation, telles que la volonté de diminuer des risques ou d'acquérir des avantages concurrentiels pour se démarquer de ses concurrents.

L'internationalisation peut p.ex. permettre de contourner les risques liés à la phase de fin de vie d'un produit. En effet, un produit en phase de déclin sur le marché domestique peut être en phase de croissance dans un autre pays.

L'ouverture sur d'autres marchés peut également être un moyen d'échap-

per au risque de la conjoncture. Depuis plusieurs années on constate globalement le ralentissement de la croissance dans la zone Euro, alors que celle-ci se développe à un rythme soutenu dans des marchés émergents.

Parmi les autres bienfaits potentiels d'une stratégie d'internationalisation, il convient de citer:

- la réduction du risque de dépendance géographique vis-à-vis des producteurs;
- le déplacement du risque de concurrence. Les produits d'une entreprise peuvent être fortement concurrencés sur son marché domestique, mais bénéficier d'une position plus favorable sur les marchés extérieurs;
- la disponibilité de ressources physiques (matières premières) et de savoir-faire;
- des différentiels des coûts du travail;
- des incitations publiques, légales ou fiscales.

Or, avant de se lancer dans l'internationalisation de ses activités, une entreprise devra obligatoirement réaliser un diagnostic stratégique préalable,

qui prendra en compte les caractéristiques du marché national et international. Les facteurs liés au marché domestique regroupent essentiellement le degré de concurrence (saturation du marché), l'état de la réglementation (sécurité, environnement, sécurité sociale, etc.) et les conditions techniques de production.

Bien préparer l'internationalisation

L'internationalisation de ses activités doit conduire l'entreprise à s'interroger sur le choix du pays de destination comme sur le choix du produit ou service à exporter ou à produire dans le pays retenu. Le choix du pays d'accueil se fera en fonction de plusieurs facteurs, tels que l'ampleur du marché (taille, pouvoir d'achat des consommateurs, croissance envisagée du marché ...) et la capacité de l'entreprise à satisfaire les besoins perçus. D'autres facteurs à considérer sont l'accessibilité physique (état des infrastructures, logistique), commerciale (état de la concurrence, réseaux de distribution, pratiques commerciales) et adminis-



trative (normes techniques, pratiques administratives, restrictions aux importations, mode de rapatriement des profits) et le risque pays (risques de change, stabilité politique, sécurité juridique). A noter que l'Office de Ducreire (www.odl.lu), établissement de droit public placé sous l'autorité du ministère des Finances et dont le secrétariat est rattaché à la Chambre de Commerce, propose une série de produits d'assurance pour couvrir certains risques pays. Pour ce faire, il propose, entre autres, des aides financières à l'exportation, ainsi qu'une assurance pour les investissements à l'étranger et pour lesquels il existe des risques politiques.

En fonction de ses ressources, du produit, et des caractéristiques du marché étranger visé, l'entreprise devra procéder à un arbitrage entre les trois voies de l'internationalisation: l'exportation, l'implantation et le partenariat.

L'exportation

En choisissant l'exportation, l'entreprise maintient la production sur son marché domestique et vend ses produits sur les marchés étrangers. Elle peut faire cela en prenant elle-même en charge les opérations de transport et de distribution sur les marchés extérieurs ou en s'associant à d'autres sociétés pour bénéficier de la compétence de partenaires locaux. En deuxième choix est surtout intéressant pour les PME, qui pourront utiliser, moyennant une commission, le réseau commercial d'une grande entreprise sans avoir à supporter les coûts de constitution d'un réseau de distribution à l'étranger.

L'implantation

En optant pour l'implantation, l'entreprise installe des unités de production et de commercialisation dans les marchés étrangers. Cette implantation nécessite des investissements à l'étranger et peut prendre la forme d'une succursale (établissement sans personnalité juridique propre) ou d'une filiale (par la constitution d'une société nationale de droit local).

Le partenariat

Dans le modèle du partenariat, l'entreprise s'engage dans une stratégie qui permet à des sociétés, éventuellement rivales, de collaborer pour bénéficier du partage de compétences ou d'éco-

nomies d'échelles, tout en conservant leurs indépendances juridiques. Cette coopération se présente en règle générale sous deux formes principales. Soit il y a création de structures communes par la création d'une filiale partagée, d'un «joint venture» ou d'un GIE (groupement d'intérêt économique), soit il y a un partage de savoirs faire. Dans le premier cas les entreprises partenaires partagent les risques, réduisent les apports financiers de chaque partie, bénéficient d'effets de synergie et profitent de la connaissance des partenaires locaux. Dans le deuxième cas le partage de compétences se formalise normalement par une franchise industrielle ou commerciale ou par une cession de licence (brevet) qui permet au partenaire d'agir pour son propre compte en versant une redevance.

Les barrières culturelles

L'internationalisation se heurte bien souvent à des barrières culturelles. C'est la raison pour laquelle il est très important de disposer d'un interlocuteur direct, compétent et fiable sur le marché ciblé. En effet, les modes de vie, les valeurs, la langue et les manières de décider représentent fréquemment des obstacles de taille pour un entrepreneur qui tente une négociation avec un partenaire étranger. Les dirigeants ne doivent pas hésiter à faire appel à des interprètes et des traducteurs, afin de favoriser une compréhension mutuelle des affaires et respecter les spécificités culturelles de ses prospects ou interlocuteurs étrangers. Une bonne pratique consiste à se faire accompagner d'un conseiller ou d'un interprète originaire du pays d'accueil.

C'est en ce sens que le Département International de la Chambre de Commerce assiste les entreprises luxembourgeoises dans leurs opérations d'internationalisation en leur apportant des solutions concrètes. Il organise des séminaires et des conférences sur l'accès aux marchés étrangers, élabore des fiches pratiques et offre une assistance et des conseils sur mesure. Il offre également des services sur mesure pour introduire un profil de recherche de coopération à l'échelle européenne et internationale, organise des événements de «matchmaking» et développe des plates-formes de rencontres entre hommes d'affaires tant à l'échelle inter-régionale qu'internationale.

L'internationalisation: une mission principale de la Chambre de Commerce

Une des missions principales de la Chambre de Commerce et de son Département international est de promouvoir les activités d'internationalisation des entreprises et de les assister en vue du développement des exportations et des importations de leurs biens et services. Dans ce contexte, les activités de la Chambre de Commerce sont très vastes et multiples et s'expriment au travers d'actions concrètes en faveur des entreprises implantées au Grand-Duché, qu'il s'agisse de petites entreprises ou de grandes multinationales, notamment:

- aider les entreprises à accéder aux marchés étrangers et à promouvoir leurs biens et services sur ces marchés;
- promouvoir en général les relations économiques et commerciales, tant au niveau international que régional;
- faciliter les procédures lors de l'exportation ou de l'importation de produits;
- faciliter l'accès à des informations concernant les biens et services étrangers et le commerce extérieur;
- assister et conseiller les entreprises en matière communautaire.

La Chambre de Commerce et son Département International sont assistés dans ces missions par l'Enterprise Europe Network Luxembourg (www.een.lu) et l'Office du Ducreire (www.odl.lu).



L'Europe à la portée de votre entreprise.

Enterprise Europe Network – Luxembourg: L'Europe à la portée de votre entreprise

Afin d'offrir aux chefs d'entreprise luxembourgeois une porte d'entrée unique aux services européens à valeur ajoutée qui visent à aider plus particulièrement les PME à exploiter pleinement leur potentiel et à développer leurs capacités d'innovation dans le contexte du grand marché européen,

le réseau «Enterprise Europe Network» au Luxembourg constitue la concrétisation d'un partenariat stratégique entre la Chambre de Commerce (anc. Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI), la Chambre des Métiers (anc. Euro Info Centre – Luxembourg PME) et Luxinnovation (anc. Centre Relais Innovation Luxembourg).

La collaboration étroite entre ces différents partenaires assure une couverture géographique nationale ainsi qu'une couverture de tous les secteurs économiques, en représentant l'industrie, le commerce, l'artisanat, les prestataires de services, les entreprises aguerries à l'international ainsi que les starts-ups innovantes. Fortement ancrées dans le tissu local, les trois organisations membres disposent également de contacts privilégiés avec le gouvernement luxembourgeois, les fédérations professionnelles, les centres de recherche publics et d'autres partenaires professionnels. L'«Enterprise Europe Network – Luxembourg» collabore aussi étroitement avec ses partenaires au niveau régional, à savoir ses homologues de la Grande Région, avec d'autres grands consortia dans de nombreuses autres régions ainsi qu'avec la Commission européenne au niveau européen.

Fort de 500 points de contacts et 4.000 intervenants expérimentés, l'Enterprise Europe Network européen, présent dans 46 pays, forme désormais le plus vaste réseau européen de conseils et de services européens d'appui aux entreprises. Le réseau offre une expertise concrète et efficace sous forme d'un guichet unique aux entrepreneurs dans les 27 pays membres de l'Union européenne, 3 pays candidats (la Croatie, la Macédoine et la Turquie), dans les Etats membres de l'Espace Economique Européen et dans quelques autres pays tiers.

L'«Enterprise Europe Network – Luxembourg» apporte aux entreprises une connaissance accrue des politiques communautaires existantes ainsi que des services européens intégrés répondant aux besoins pertinents rencontrés par les entrepreneurs dans leur vie d'affaires quotidienne et dans le développement de leur entreprise à l'international. Pour consulter les activités de l'Enterprise Europe Network-Luxembourg: www.een.lu.



L'Office du Ducroire

Créé en 1961, l'Office du Ducroire est un établissement public, jouissant de la personnalité juridique. Fonctionnant comme véritable guichet unique pour exportateurs, il a pour objet de favoriser les relations économiques et financières internationales dans l'intérêt du Luxembourg, principalement par la couverture de risques dans le domaine de l'exportation, de l'importation et des investissements à l'étranger. Depuis la convention de coopération entre l'Office du Ducroire et l'Etat du 29 avril 2002, portant création du Comité pour la promotion des exportations luxembourgeoises (COPEL), le Ducroire assume le soutien des exportations luxembourgeoises par l'intermédiaire d'une participation partielle aux frais de promotion, d'exposition et de formation à l'exportation.

L'Office du Ducroire offre des incitants financiers afin de promouvoir mondialement et de façon ciblée, les produits et services d'une entreprise. Pour ce faire, il propose notamment deux outils pour mieux maîtriser les risques liés à l'activité à l'international:

- un soutien financier pour la conception et la traduction de supports promotionnels, pour faciliter une présence aux foires et aux salons spécialisés à l'étranger, pour les sémi-

naires et les conférences ainsi que pour les frais de publicité;

- une assurance-crédit pour les exportations.

L'expérience de l'Office du Ducroire dans le domaine du commerce extérieur sert de base aux conseils professionnels à propos du potentiel de croissance des entreprises à l'étranger. L'Office du Ducroire met à leur disposition ses réseaux performants, sa connaissance des spécificités locales des marchés ainsi que ses partenaires officiels. Sa mission est de réduire le risque inhérent aux exportations et de contribuer à l'augmentation des bénéfices à l'international et ceci avec un minimum de bureaucratie. Pour en savoir plus: www.odl.lu.

Internationalisation: les outils proposés par la Chambre de Commerce

En offrant un vaste éventail d'activités tant en termes géographique que sectoriel, les actions menées par le Département International en coopération étroite avec ses partenaires publics et privés aux niveaux national, régional et international visent à couvrir un ensemble de prestations de services aussi diversifiées que possibles.

Visites d'Etats, Missions Officielles et Missions Economiques

Les Visites d'Etat sont les déplacements de LLAARR le Grand-Duc et de la Grande-Duchesse à l'étranger sur invitation officielle par d'autres Chefs d'Etat. Le plus souvent, des missions de promotion économique sont organisées





en marge de ces Visites d'Etat pour donner la possibilité aux entreprises de rencontrer des partenaires dans le pays visité et d'y présenter leurs produits et services dans une optique de promotion commerciale. Les événements organisés dans ce contexte sont rehaussés par la présence du Chef d'Etat, donnant ainsi une grande visibilité tant aux entreprises qu'à l'économie luxembourgeoise en général.

Les missions officielles sont celles qui sont conduites par un membre du Gouvernement et organisées, pour ce qui est du volet économique et financier avec les agences «Luxembourg for Finances» et «Luxembourg for Business» dont la Chambre de Commerce est membre-fondateur.

Les missions économiques sont celles qui sont conduites par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et organisées en étroite collaboration avec le réseau de chambres de commerce au niveau international, l'agence «Luxembourg for Finance» (www.lff.lu) et/ou l'agence «Luxembourg for Business» (www.luxembourgforbusiness.lu), le réseau économique ou diplomatique luxembourgeois à l'étranger, les attachés commerciaux belges ou le département ministériel concerné. L'objectif de ces missions officielles ou économiques/financières est double: elles servent, d'une part, à mieux faire

connaître les entreprises luxembourgeoises et leurs produits et services à l'étranger et, d'autre part, à promouvoir le Luxembourg en tant que terre d'accueil favorable pour les entreprises et investisseurs étrangers.

Stands collectifs

Les foires et salons constituent des plates-formes d'affaires incontournables pour toute entreprise souhaitant élargir son marché. La participation à des foires et salons étant une opération onéreuse, tant la Chambre de Commerce que le ministère de l'Economie et du Com-

merce Extérieur offrent aux entreprises la possibilité de participer à des conditions très avantageuses à des participations collectives «clé en main» regroupant les exposants luxembourgeois sous une seule enseigne à forte visibilité.

Visites accompagnées

Dans le cadre de ses activités d'Entreprise Europe Network, la Chambre de Commerce propose des visites accompagnées aux entreprises intéressées à participer en tant que visiteur à de grandes foires internationales. Afin de leur offrir une valeur ajoutée au niveau



des rencontres entre visiteurs et exposants, ces visites sont très souvent complétées par un programme d'entretiens individuels (*matchmaking*) organisé au préalable en fonction des besoins exprimés par les entreprises participantes.

Salons de coopération internationale

Les salons de coopération offrent une formule simple qui permet aux entreprises d'étendre leurs activités au-delà des marchés domestique et régional. Afin d'éviter d'entreprendre une dizaine de voyages d'affaires pour trouver le bon contact, la participation à un salon de coopération permet à une PME/PMI d'avoir en un seul endroit plusieurs rendez-vous ciblés et individuels avec des entreprises intéressées par un partenariat. En outre, avec le concept «b2fair», les entreprises peuvent tirer parti de la combinaison judicieuse de foires internationales et de plateformes de rencontres «b2b», par laquelle cette initiative se distingue.

Journées d'Opportunités d'Affaires (JOA)

En vue d'aider les entreprises luxembourgeoises à pénétrer les marchés étrangers, la Chambre de Commerce organise régulièrement des journées d'information qui ont pour but de faire connaître les opportunités qu'offrent les marchés et d'aider les entreprises à écouler leurs produits ou services. Ces journées se présentent sous forme d'entretiens individuels avec les attachés économiques et commerciaux belges.



Le label Made in Luxembourg

Dans le contexte des actions de promotion des produits nationaux sur les marchés étrangers, la Chambre de Commerce peut accorder les labels «Luxembourg» et «Made in Luxembourg» par l'intermédiaire du Département International. Ces marques, créées en 1984 sur initiative du ministère des Affaires étrangères, de la Chambre de Commerce et de la Chambre des Métiers, servent à identifier l'origine luxembourgeoise

des produits et services. Ils permettent, d'une part, d'informer le consommateur luxembourgeois sur les produits indigènes et, d'autre part, de mieux faire connaître les produits nationaux de qualité à l'étranger. L'utilisation du label peut être multiple, que ce soit par apposition sur le produit même ou sur le papier à lettre de l'entreprise, sur le matériel publicitaire ou sur les documents commerciaux. L'entreprise doit néanmoins veiller à ce que le rapport direct entre le produit pour lequel le droit d'usage a été octroyé et le label soit respecté. Pour plus d'informations, le Département International est à votre disposition – Tél.: (+352) 42 39 39 – 315 – E-mail: international@cc.lu. Les entreprises affiliées à la Chambre des Métiers sont priées de contacter la Chambre des Métiers, Tél.: (+352) 42 67 67-1.



Le Guide du Marché

Le Guide du Marché est l'instrument phare de sensibilisation et de promotion du commerce extérieur luxembourgeois. Il est envoyé à des organisations officielles de promotion dans plus de 150 pays dans le monde et diffusé aux entreprises étrangères désirent entrer en relation d'affaires avec les entreprises implantées au Grand-Duché. Lors des missions économiques ou de visites de foires à l'étranger, ce guide est distribué aux hommes d'affaires potentiellement intéressés aux produits ou services luxembourgeois.

L'objectif du Guide du Marché, qui est publié par la Chambre de Commerce depuis 1954, est de promouvoir les relations économiques et commerciales des entreprises luxembourgeoises au niveau international. Il contient les coordonnées et des informations sur près de 800 entreprises industrielles, commerces de gros, banques, prestataires de services actifs au niveau international, ainsi que des adresses utiles d'organismes privés ou d'institutions

publiques. Les entreprises figurant dans le Guide peuvent mettre à jour leurs données en ligne, ce qui leur permet de disposer d'une vitrine moderne et actualisée en permanence.

Le Guide du Marché reprend les informations que les entreprises luxembourgeoises ont fournies, sur une base volontaire, à la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg. Il contient également quelques entreprises artisanales actives sur les marchés étrangers. Pour de plus amples informations, visitez le site du Guide du Marché (<http://guidedumarche.cc.lu/>) ou contactez l'équipe du Guide du Marché par e-mail: guidedumarche@cc.lu.

Les certificats d'origine

Des opérations d'exportation imposent que l'origine d'un produit soit justifiée par la production d'un certificat d'origine, document d'accompagnement des marchandises. Au Luxembourg, *l'Espace Entreprises* de la Chambre de Commerce a pour mission d'authentifier les certificats d'origine au bénéfice des entreprises. Aujourd'hui, le formulaire utilisé est un modèle commun à l'ensemble des Etats membres de l'UE: «le certificat d'origine communautaire».

Ce certificat est donc un document normalisé qui, pour satisfaire aux exigences douanières ou simplement commerciales dans les rapports avec l'étranger, permet d'identifier les marchandises, et dans lequel l'organisme habilité à le délivrer certifie expressément que les marchandises auxquelles le certificat se rapporte sont originaires d'un pays ou d'un groupe de pays donné. C'est donc avant tout la question de déterminer l'origine des produits! Si le produit a été entièrement obtenu dans l'UE à partir de composants totalement communautaires, il n'y a aucun problème de conclure qu'il est d'origine communautaire. Or, comme c'est fréquemment le cas, s'il est entré dans sa fabrication des éléments provenant de pays tiers à l'UE, la détermination de l'origine peut se révéler plus complexe d'autant plus que, s'il existe à l'échelon communautaire une définition de la notion d'origine, il n'en existe pour l'instant aucune à l'international. Les agents de *l'Espace Entreprises* endossent donc une certaine responsabilité quand ils sont appelés à authentifier l'origine d'une marchandise.

Pour pouvoir obtenir un certificat d'origine, le requérant doit

- être ressortissant de la Chambre de Commerce ou de la Chambre des Métiers ou de la Chambre d'Agriculture;
- fournir un extrait du Registre de Commerce;
- faire un dépôt de signatures à la Chambre de Commerce.

Le prix d'un certificat d'origine est fixé à 2,85 EUR. Le prix d'une certification matérielle est fixé à 0,95 EUR. Les demandes peuvent être introduites en remplissant un formulaire à télécharger sur le site de la Chambre de Commerce (www.cc.lu/fr/developper-mon-entreprise/identifier-et-securiser-les-echanges-commerciaux/certificat-dorigine/).

Carnets A.T.A.

Dans le cadre d'opérations temporaires, les marchandises restent la propriété de l'expéditeur et sont destinées à revenir en l'état, à l'identique, dans le pays de départ, sans acquitter les droits de douane et taxes dans les pays d'admission temporaire. Le carnet de passage en douane A.T.A. – sigle qui est une combinaison des mots français et anglais: admission temporaire/temporary admission – est un véritable passeport des marchandises pour simplifier les opérations douanières et réduire

les coûts. Comme le régime des carnets A.T.A. trouve son origine dans deux Conventions internationales, c'est l'administration des Douanes et Accises du Grand-Duché qui est appelée à exécuter cette convention douanière. C'est pourtant la Chambre de Commerce qui est «association émettrice» pour le Grand-Duché sur base d'un agrément délivré par les autorités douanières luxembourgeoises. La Chambre de Commerce est de plus «association garante» en ce sens qu'elle s'est constituée caution envers l'administration des douanes luxembourgeoises, pour sûreté et recouvrement de tout droit de douane éventuellement dû à raison de l'émission d'un carnet A.T.A.

Depuis le 1^{er} décembre 2007, l'assureur-crédit EULER HERMES «garantit» les émissions de carnets A.T.A. effectuées par le réseau des Chambres de commerce belgo-luxembourgeoises. Les demandes de couverture doivent être introduites à travers le site EOLIS sous <http://eolis.be.eulerhermes.com/>.



EXPORTAWARD

Export Award

Avec l'«Export Award», l'Office du Ducroire (ODL) et la Chambre

de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, en partenariat avec les agences «Luxembourg for Business (Lfb)» et «Luxembourg for Finance (Lff)», ont lancé en 2011 un nouveau prix pour récompenser des PME luxembourgeoises qui se sont démarquées par leurs initiatives et résultats en matière d'internationalisation de leurs activités. Le prix, qui s'adresse aux PME de tous les secteurs économiques, se place dans le contexte des actions que la Chambre de Commerce mène en matière de sa politique de soutien aux PME. Par PME il faut entendre toute micro-, petites et moyennes entreprises qui occupent moins de 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros. L'«Export Award» sera décerné tous les deux ans et a été remis pour la première fois le 2 décembre 2011 à l'occasion du 50^e anniversaire de l'ODL, des mains du ministre des Finances, Luc Frieden, et du ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Jeannot Krecké. Quatre entreprises ont ainsi été distinguées. Codiprolux S.A., une société spécialisée dans les anneaux de levage articulés, a remporté le premier prix d'une valeur de 15.000 EUR. Un deuxième prix de 10.000 EUR a été attribué à Hein S.à r.l., une entreprise leader au Benelux et en Allemagne dans la conception et la fabrication de fours pour boulangeries et pâtisseries. Un troisième prix a été remis à deux entreprises arrivées ex-aequo: Fallprotec S.A., spécialisée dans l'équipement pour la sécurité des travaux en hauteur et BPM-Lux, active en logistique e-commerce et réexpédition de courriers et colis. Chacune d'entre elles s'est vue décerner un prix d'un montant de 5.000 EUR.

Le prix a pour objectif d'honorer les PME qui, grâce à leurs efforts d'internationalisation, ont fait du commerce extérieur l'élément le plus dynamique et compétitif de l'économie luxembourgeoise. En tant qu'économie de petit espace, au cœur de l'Europe, le Luxembourg est le pays ayant le degré d'ouverture le plus élevé de l'UE: rapporté au PIB, ses exportations et importations de biens et services représentaient 159 % en 2010. De plus, le Luxembourg exporte plus de 80 % de sa production nationale de biens et services. En mettant





à l'honneur les entreprises dans leurs démarches d'expansion à l'international, l'«Export Award» contribuera à améliorer leur notoriété.



b2fair: une méthode simple pour maximiser votre participation aux foires internationales

Le concept «b2fair» combine salons internationaux et échanges de coopération préparés au préalable. Ce service complémentaire permet d'optimiser la participation à une foire tant pour les exposants que pour les visiteurs en organisant des rencontres bilatérales planifiées au préalable entre visiteurs/exposants, visiteurs/visiteurs ainsi qu'entre exposants/exposants sur base des profils de coopération définis soigneusement à l'avance.

Les avantages offerts par le concept «b2fair» sont rendus possibles grâce au professionnalisme d'un réseau d'acteurs économiques professionnels qui se réu-

nissent pour offrir de la valeur ajoutée garantie à leurs entreprises locales partout en Europe et dans le monde entier. De plus, de nombreux workshops, conférences et autres séminaires sont organisés autour des nouvelles avancées technologiques, des bonnes pratiques à adopter et des opportunités d'affaires locales.

Les événements «b2fair» proposent de nombreux avantages:

- un gain de temps grâce à la planification de vos rendez-vous avant la manifestation;
- la possibilité d'organiser des rendez-vous avec des visiteurs dont la présence n'est pas connue lors d'une participation «traditionnelle» à une foire ou salon;
- d'excellents résultats garantis par la présence d'entreprises hautement qualifiées;
- des informations pointues fournies sur les participants;
- de nombreux services complémentaires tels que l'hébergement et l'accompagnement des entreprises;
- un échange d'information et de savoir-faire sur la pratique des affaires sur les marchés étrangers;

- une action de suivi à travers l'Europe et dans le monde entier également après le salon.





Pour de plus amples renseignements sur le concept b2fair et les événements à venir: www.b2fair.com.

Le réseau des Chambres de Commerce belgo-luxembourgeoises à l'étranger









Avec 30 chambres à travers le monde, le réseau des Chambres de Commerce belges et belgo-luxembourgeoises à l'étranger accréditées constitue l'un des principaux réseaux de Chambres de Commerce bilatérales dans le monde. L'objectif principal des Chambres de Commerce belgo-luxembourgeoises est de défendre les intérêts des entreprises belges et luxembourgeoises opérant à l'étranger afin de soutenir leurs échanges internationaux et leur développement économique. Pour plus d'informations, visitez le site de la fédération des chambres de commerce de Belgique (www.chambresbelges.be) ou téléchargez le guide répertoriant les coordonnées de toutes les chambres membres du réseau, qui peuvent vous aider dans vos démarches d'internationalisation. ■

Dans cette édition du *Merkur*, le lecteur trouvera un exemplaire de la brochure «Foreign Trade Agenda 2012», le calendrier officiel des actions de promotion économique et commerciale organisées en 2012. Ce calendrier peut également être téléchargé sur le site Internet de la Chambre de Commerce sous www.cc.lu (Rubrique «Publications»)

■ Les collaborateurs du Département International de la Chambre de Commerce sont à votre disposition pour vous renseigner sur les marchés de votre choix:

	Personne de contact	Fonction - Pays/Région
	Carlo Thelen Tél.: (+352) 42 39 39-351 E-mail: carlo.thelen@cc.lu	Chef du Département International Coordination générale
	Sabrina Sagramola Tél.: (+352) 42 39 39-334 E-mail: sabrina.sagramola@cc.lu	Responsable des Affaires européennes Gérante Enterprise Europe Network
	Jean-Claude Vesque Tél.: (+352) 42 39 39-311 E-mail: jean-claude.vesque@cc.lu	Responsable des Affaires hors Europe
	Simone Joachim Tél.: (+352) 42 39 39-342 E-mail: simone.joachim@odl.lu	Secrétaire de l'Office du Dueroire

	Personne de contact	Fonction - Pays/Région
	Niels Dickens, conseiller Tél.: (+352) 42 39 39-371 E-mail: niels.dickens@cc.lu	Pays-Bas Belgique Pays Scandinaves (DK, NO, SE, FI, IS) Pays baltes (EE, LT, LV) Grande Région
	Edith Stein, conseillère Tél.: (+352) 42 39 39-379 E-mail: edith.stein@cc.lu	Responsable de l'équipe « Relations internationales », Luxembourg for Finance (LfF)

	Personne de contact	Fonction - Pays/Région
	Sabrina Aksil , attachée Tél.: (+352) 42 39 39-374 E-mail: sabrina.aksil@cc.lu	France Pays méditerranéens (IT, ES, GR, MT, CY) Maghreb UAE Qatar
	Anne-Marie Loesch , attachée Tél.: (+352) 42 39 39-312 E-mail: anne-marie.loesch@cc.lu	Allemagne Russie/CEI Portugal Autriche Océanie Vietnam Mongolie
	Diana Rutledge , attachée Tél.: (+352) 42 39 39-335 E-mail: diana.rutledge@cc.lu	Amérique du Nord Amérique du Sud Irlande Angleterre CEI Japon Corée du Sud Israël
	Daniel Sahr , attaché Tél.: (+352) 42 39 39-312 E-mail: daniel.sahr@cc.lu	Chine Inde Afrique (sauf Maghreb)
	Sohrab Ziai , attaché Tél.: (+352) 42 39 39-372 E-mail: sohrab.ziai@cc.lu	Grande Région Arabie Saoudite PECO (PL, CZ, SK, HU, RO, BG) Balkan (SI, HR, RS, BA, AL, MK, Kosovo)
	Amrita Singh , chargée de mission Tél.: (+352) 42 39 39-377 E-mail: amrita.singh@cc.lu	Business Development b2fair
	Viviane Hoor , Première Secrétaire Tél.: (+352) 42 39 39-315 E-mail: viviane.hoor@cc.lu	Secrétariat et Administration du Département International
	Andreja Wirtz , Secrétaire Tél.: (+352) 42 39 39-379 E-mail: andreja.wirtz@cc.lu	Secrétariat et Administration du Département International

Die Handelskammer Luxemburg schafft den Posten einer Wirtschafts- und Handelsattachée in Berlin



Die Handelskammer Luxemburg schafft den Posten einer Wirtschafts- und Handelsattachée in Berlin

In Anbetracht der Bedeutung der deutschen Wirtschaft für luxemburgische Unternehmen, wird die Handelskammer Luxemburg, in enger Zusammenarbeit mit dem Luxemburgischen Außenministerium und der Luxemburgischen Botschaft in Berlin, eine Handelsvertretung in Deutschland eröffnen.

Die übergeordnete Mission der Handelsvertretung besteht darin die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen zu pflegen und konsequent zu entwickeln. Zentrale Aufgaben sind der Aufbau eines Netzwerkes zu den wichtigen deutschen Wirtschaftspartnern, auf welches luxemburgische KMUs in ihrem Bestreben in den deutschen Markt einzusteigen oder ihre Aktivitäten auszubauen, zurückgreifen können. Als solches baut der Geschäftsbereich „International“ der Handelskammer seine Dienstleistungen weiter aus und bietet luxemburgischen Unternehmen ab März 2012 einen direkten Ansprechpartner vor Ort der sie berät und bei ihren Handels- und Wirtschaftsaktivitäten mit Deutschland unterstützt.

In 2010 wurden mit 20 Prozent die Mehrheit der luxemburgischen Exporte ins Nachbarland Deutschland geliefert. Der Warenwert konnte in 2011 erneut gesteigert werden und somit gilt Deutschland nach wie vor als wichtigster und stärkster Handelspartner für die luxemburgische Wirtschaft.

Insbesondere in Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise hat Deutschland sich aufgrund seiner stabilen Wirtschaftslage als bedeutender und zuverlässiger Partner erwiesen. Aufgrund der exzellenten bereits bestehenden Beziehungen und dem noch zahlreich vorhandenen Potenzial für luxemburgische Unternehmen fiel die Wahl des ersten Auslandsstandorts der Handelskammer Luxemburg auf Deutschland.

Cindy Tereba wird ab dem 1. März 2012 den Posten der Wirtschafts- und Handelsattachée der Handelskammer Luxemburgs in Berlin übernehmen. Geboren in Luxemburg hat sie ihr Studium in Düsseldorf, London und Paris absolviert. Im Jahr 2008 trat sie in das Netzwerk der deutschen Industrie- und Handelskammern ein, wo sie bis 2011 in Abu Dhabi, VAE, in ihrer Funktion als Bereichsleiterin Wirtschaftsdienstleistungen bei der Deutsch-Emiratischen Industrie- und Handelskammer (AHK) deutsche Unternehmen bei ihrem Markteintritt in die nördliche Golfregion betreut, sowie im Bereich nachhaltiger Marktentwicklung beraten hat.

Die ersten konkreten Projekte die Frau Tereba in Angriff nehmen wird, sind die Vorbereitung des wirtschaftlichen Programms das im Rahmen des Staatsbesuchs in Deutschland organisiert wird sowie der Aufbau eines luxemburgischen Wirtschaftsclubs mit dem Ziel die deutsch-luxemburgischen Beziehungen zu stärken.

Kontakt: Cindy Tereba – Wirtschafts- und Handelsattachée der Handelskammer Luxemburg
Botschaft des Großherzogtums Luxemburg
Klingelhöferstraße 7 – D-10785 Berlin
Tel: +49 30 26 39 57-0 – Mobil : +49 151 62 80 82 25
Fax: +49 30 26 39 5727 – E-mail: cindy.tereba@cc.lu

DISCOVERY ZONE

LUXEMBOURG CITY FILM FESTIVAL

01 ▶ 09 MARCH 2012

Cinémathèque de la Ville de Luxembourg - Ciné Utopia - Cercle Cité

www.discoveryzone.lu

grandlucky



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Culture



QUIZ MERKUR

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

LE QUIZ DU MERKUR

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

La Luxembourg School for Commerce (LSC) a développé, en étroite collaboration avec des experts RH, un programme de formation sur trois niveaux en gestion et développement des ressources humaines (GRH).

1. Le nom de ce nouveau programme est:

- LSC Progress?
- LSC RH Experts?
- LSC RH?

Créée en 2009, cette association a pour mission de contribuer à la qualité des prises de décision en recourant aux méthodologies de l'évaluation et de la prospective. L'initiative vise à aborder la question de développement durable du Luxembourg à l'horizon 2030.

2. De quelle association s'agit-il?

- La Société de l'Évolution Future du Luxembourg (SEFL)?
- Vivre demain au Luxembourg (VDL)?
- La Société Luxembourgeoise de l'Évaluation et de la Prospective (SOLEP)?

Business Initiative A.s.b.l. vient de lancer le nouveau parcours 1,2,3 GO SOCIAL lors de la journée «Développement et promotion de l'Economie solidaire au service du développement durable à Luxembourg».

3. 1,2,3 GO SOCIAL propose un coaching gratuit, la participation à des événements, un soutien financier, ainsi qu'une visibilité médiatique et s'adresse:

- Aux experts en RSE, Ethique et Développement durable?
- Aux étudiants de moins de 26 ans?
- A des entrepreneurs avec des projets à finalité sociale ou solidaire?

Pour participer au tirage au sort et gagner le nouvel iPod nano 16 GB silver, il suffit de renvoyer ce questionnaire dûment rempli par fax au (+352) 43 83 26 (Rédaction Merkur) **avant le mardi 06 mars 2012**. Une seule réponse par foyer.



Nom	
Prénom	
Adresse	
Code postal	
Localité	
Téléphone	
E-mail	

Félicitations à Mme Malou Rausch, la gagnante du Quiz de l'édition de Merkur 09/2011 qui a reçu un iPod nano 16 GB silver!

Gagnante du Quiz de l'édition du Merkur 10/2011: Mme Pascale WERNER (Differdange)



CASHBACK
jusqu'à **€110***



Déjà disponibles à partir de € 399.

Les lasers couleur les plus rapides de Brother maintenant avec un avantage supplémentaire

Pour les conditions de cette action CASHBACK et les modèles de la gamme imprimantes et multifonctions laser couleur participants, veuillez consulter notre site www.brother.be/cashbackcl

*Action valable pour les achats du 15 janvier au 15 mars 2012 dans les points de vente participants. Enregistrez-vous et confirmez votre demande de remboursement du cashback avant le 30 mars 2012.

Cluster maritime luxembourgeois et Cluster for Logistics Luxembourg

160 représentants du secteur de la logistique et du maritime réunis à la Chambre de Commerce



Alain Krecké, Senior Cluster Manager, et Alex Durand, coordinateur scientifique auprès du CRP Henri Tudor ont présenté les premières conclusions de l'étude prospective «Future for Logistics» du secteur de la logistique et l'analyse des interviews réalisées avec les principaux opérateurs logistiques au Luxembourg dans le cadre d'une table ronde qui a rassemblé une quinzaine de participants



En date du 10 janvier 2012, la réception traditionnelle du Nouvel An des Armateurs organisée par le Cluster maritime luxembourgeois en collaboration avec le Commissariat aux



Pas moins de 160 participants ont assisté à la conférence qui a précédé la réception traditionnelle du Nouvel An des Armateurs

affaires maritimes et sponsorisé par Jan de Nul, Intershipping, CdNL Cobelfret Group et Stena, a réuni pas moins de 160 participants, tous issus directement ou indirectement du secteur de la logistique et du maritime. Freddy Bracke, président du Cluster maritime luxembourgeois, a accueilli les participants et présenté ses vœux aux entreprises, avant de se féliciter de la bonne collaboration entre le Cluster maritime luxembourgeois et le Cluster for Logistics Luxembourg, dont le rapprochement avait déjà été évoqué au mois de décembre dernier dans le cadre d'une réception commune. Le ministre Krecké avait saisi cette occasion pour faire ses adieux à la communauté maritime et Alain Krecké, Senior Cluster Manager avait présenté le plan d'action commun aux deux clusters.

Freddy Bracke a ensuite invité Robert Biber, le commissaire du Gouvernement aux affaires maritimes (CAM) et invité d'honneur de cette manifestation, à venir à la tribune afin de présenter les activités du CAM et donner un aperçu de la situation du secteur maritime au Luxembourg. Le commissaire a indiqué que le registre public maritime luxembourgeois compte aujourd'hui pas moins de 241 navires. La flotte est diversifiée, avec une prépondérance des dragueurs, des remorqueurs et des navires de ravitaillement. Robert Biber a rappelé qu'en septembre 2011, le Luxembourg avait ratifié la convention du travail maritime (MLC 2006) et



Freddy Bracke, président du Cluster maritime luxembourgeois et directeur de la CdNL Cobelfret Group a prononcé le mot de bienvenue

était devenu le cinquième Etat membre de l'UE, après la Bulgarie, le Danemark, l'Espagne et la Lettonie, à ratifier la convention. Cette nouvelle convention a une portée mondiale et offre des règles du jeu égales pour tous les armateurs, afin que tous les secteurs des transports maritimes internationaux puissent travailler et prospérer ensemble. Les navires marchands qui se déplacent à travers le monde ne seront plus confrontés à des normes différentes et à des interprétations ambiguës de celles-ci en passant d'un port à l'autre et d'une juridiction à une autre. Robert Biber a ensuite évoqué le problème de la piraterie en mer, qui restait l'une des préoccupations majeures. Enfin, il a annoncé la mise en œuvre prochaine d'un «Guichet Unique» pour le secteur maritime, destiné à centraliser et regrouper en un seul lieu les différentes procédures du secteur.

En marge de cette réception, le Cluster for Logistics Luxembourg a présenté l'étude prospective «Future for Logistics» lancée en septembre 2011. Le projet est arrivé aujourd'hui au terme de sa première phase. Afin de mener à bien ce projet, les principaux opérateurs logistiques au Luxembourg ont été concertés et ont émis leurs commentaires et recommandations pour contribuer au développement d'un environnement favorable à l'essor des activités logistiques au Luxembourg. Alain Krecké, Senior Cluster Manager, et Alex Durand, Coordinateur scienti-



Robert Biber, le commissaire du Gouvernement aux affaires maritimes a pris la parole en tant qu'invité d'honneur

fique auprès du CRP Henri Tudor avaient donné rendez-vous à une quinzaine d'opérateurs logistiques, anciens et nouveaux membres du Cluster, pour participer à une table ronde, au cours de laquelle une synthèse des éléments majeurs ressortant de cette étude, ont été présentés. L'objectif de cette table ronde était d'aboutir à un consensus commun, de prioriser les sujets et d'ébaucher des plans d'actions concrets. Dans une deuxième phase, ce consensus commun et les plans d'actions seront présentés et confrontés aux stratégies et aux besoins logistiques futurs des chargeurs luxembourgeois.

À l'issue de la table ronde et de la conférence, orateurs, opérateurs et participants ont été invités à poursuivre leurs échanges dans le cadre plus informel de la réception traditionnelle du Nouvel An des Armateurs. Plus d'infor-



La conférence s'est achevée par une réception co-organisée par le Cluster maritime luxembourgeois et le Commissariat aux affaires maritimes, à laquelle les membres du Cluster for Logistics Luxembourg ont pris part

mations: www.clusterforlogistics.lu; www.cluster-maritime.lu. ■

SAVE THE DATE

17 avril 2012 – Logistics Business Forum à la Chambre de Commerce

11 janvier 2012

Visite de S.E. Mme Roxanna-Daniela Iftimie, ambassadeur de Roumanie

Le 11 janvier 2011, S.E. Roxanna-Daniela Iftimie, ambassadeur de Roumanie a été reçue à la Chambre de Commerce par Pierre Gramagna dans le cadre d'une réunion de travail. Diplômée de l'Académie des Etudes Economiques de Bucarest et de l'École Nationale d'Administration (ENA) à Paris et à Strasbourg, S.E. Mme Iftimie était auparavant ministre plénipotentiaire et a travaillé entre autres à la Direction de l'Organisation pour la Sécurité et la Co-opération en Europe, au Conseil de l'Europe et Droits de l'Homme et au ministère des Affaires Etrangères à Bucarest. Elle a été chargée d'affaires de la Roumanie en France et a travaillé comme ministre conseiller à l'ambassade de Roumanie à Paris. L'objet de cette entrevue était d'explorer ensemble les possibilités de développement de la coopération entre les deux pays. En 2010, le Luxembourg et la Roumanie ont célébré le centième anniversaire de leurs relations diplomatiques, et si les échanges de services ont quintuplés depuis 2006, ils restent toutefois faibles. Chaque année, la Chambre de Commerce organise

une Journée d'Opportunités d'Affaires (JOA) sur la Roumanie et plusieurs forums et séminaires donnés en l'honneur de la Roumanie ont eu lieu à la Chambre de Commerce. La prochaine JOA aura lieu le 3 décembre 2012. Entre 2004 et en 2011, la Chambre de Commerce a également organisé ou co-orga-

nisé plusieurs missions économiques en Roumanie avec la participation d'entreprises luxembourgeoises. En 2007, le président roumain, Traian Basescu, et le président du parlement roumain, Bogdan Olteanu, avaient tous deux été reçus à la Chambre de Commerce. ■



S.E. Mme Roxanna-Daniela Iftimie, ambassadeur de Roumanie, a été accueillie à la Chambre de Commerce par Pierre Gramagna, directeur général

SOLEP

Pouvoir penser le Luxembourg de 2030 par une remise en cause des idées reçues



Madame Alexandra Guarda-Rauchs, Vice-présidente de la Solep, a prononcé le mot d'ouverture et a introduit l'idée de la prospective, un instrument qui reste assez méconnu du grand public

Créée en 2009, l'A.s.b.l. «Société Luxembourgeoise de l'Évaluation et de la Prospective» (SOLEP) a pour mission de contribuer à la qualité des prises de décision en recourant aux méthodologies de l'évaluation et de la prospective. En avril 2011, afin de remplir sa mission, la SOLEP a initié la démarche prospective «Luxembourg 2030», avec l'organisation d'un séminaire d'action prospective. Cette initiative vise à aborder la question de développement durable du Luxembourg à l'horizon 2030. Une telle démarche implique de convenir d'un diagnostic sur les enjeux majeurs auxquels le pays est confronté à moyen et à

long terme et, dans une deuxième étape, de mener une réflexion sur les scénarii et trajectoires de développement sous-jacents aux enjeux identifiés.

L'initiative, qui doit aboutir d'ici juin 2013 à un document de planification stratégique, a franchi une nouvelle étape le 9 janvier dernier dans le cadre d'une conférence, avec la constitution de cinq groupes de travail. Sur base d'une méthodologie appropriée, ces groupes auront pour mission d'exprimer leurs idées sur les problématiques et les enjeux liés aux interactions entre les composantes économiques, environnementales, sociales, spatiales et culturelles, qui, ensemble, donnent ou non son caractère durable au territoire luxembourgeois. Des thèmes qui avaient été déterminés à la suite du séminaire du mois d'avril 2011, dont l'objectif était notamment de chasser les idées reçues, anticiper les facteurs de changement et d'inertie.

Les cinq groupes de travail seront donc amenés à produire une contribution sur les sujets suivants:

- «Mondialisation, Europe, gouvernance et exercice de la souveraineté nationale»;
- «Risques écologiques planétaires et effets sur le Luxembourg, mobilité»;
- «Attractivité du territoire»;
- «Intégration, multiculturalisme, jeunesse et éducation»;
- «Vieillesse, pauvreté et inégalités sociales».

«Il s'agit de porter collectivement un regard différent sur le monde qui nous entoure et de réviser les mécanismes qui nous enferment, pour pouvoir construire le monde de demain», a précisé Philippe Durance, professeur au Conservatoire National des Arts et Métiers à Paris, lors de la présentation de son rapport intermédiaire «Luxembourg 2030». Une initiative qui trouve tout son sens, en ces temps de grandes incertitudes.

www.solep.lu.



Philippe Durance (1^{er} à gauche), professeur au Conservatoire des Arts et Métiers à Paris et en charge du rapport sur le Luxembourg en 2030, a présenté les concepts et les méthodes de la prospective



Les participants et membres des groupes de réflexion ont suivi avec intérêt les exposés des différents orateurs



Une marque forte dès le départ

“Lorsque j’ai lancé mon entreprise, j’ai pas mal hésité avant d’enregistrer ma marque. Il s’agit cependant d’un investissement relativement limité et rentable. Il faut partir du principe que votre entreprise réussira et que votre marque représentera beaucoup d’argent et de goodwill. C’est cela entreprendre”

En enregistrant votre marque, vous la mettez à l’abri et vous vous donnez les moyens d’empêcher son usage par des tiers. Pour le Benelux, il faut vous adresser à l’Office Benelux de la Propriété intellectuelle. Sur le site www.boip.int vous trouverez toutes les informations au sujet de l’enregistrement des marques et vous pouvez directement y entreprendre les démarches de dépôt. Vous pouvez aussi nous téléphoner au 070 244 242 (numéro local depuis la Belgique).

B
B
I
E

I

P

O
B
I
E



OFFICE BENELUX
DE LA PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE

Le succès d’une entreprise commence par l’enregistrement

CALENDRIER FEVRIER – JUIN 2012

Février

11 – 16 Visite de travail en Australie

Mars

6 Visite accompagnée au salon CeBIT à Hanovre (Allemagne)

6 – 9 Stand collectif au salon MIPIM à Cannes (France)

10 – 15 Mission officielle à Delhi et Mumbai (Inde)

11 – 15 Stand collectif au salon Horecatel à Marche-en-Famenne (Belgique)

20 Forum économique dans le cadre de la visite d'Etat de la Reine des Pays-Bas

26 – 28 Visite accompagnée au salon Alimentaria à Barcelone (Espagne)

Avril

23 – 25 Visite d'Etat en Allemagne

23 – 27 Stand collectif (MECE) et événement b2fair à la Hannover Messe (Allemagne)

30 – 3 mai Stand collectif au salon Project Qatar à Doha (Qatar)

Mai

9 – 16 Mission officielle à Montréal, Toronto et Vancouver (Canada)

14 – 18 Événement b2fair «Doing Business Onsite», Indjija Industrial Zone, Belgrade (Serbie)

Juin

5 – 8 Stand collectif au salon Project Lebanon à Beyrouth (Liban)

13 – 14 Greater Region Business Days et événement b2fair

FOIRES DE FEVRIER –
AVRIL 2012BUREAUTIQUE, COMMUNICATION,
MARKETING, TIC

01.02.2012 – 02.02.2012

THE EVENT SHOW – Londres (Grande-Bretagne)
Tél.: +44 24 76571157

15.02.2012 – 17.02.2012

IT-TRANS
Karlsruhe (Allemagne) – Tél.: +49 721 37 20 0

28.02.2012 – 01.03.2012

EuroCIS – The Leading Trade Fair
for Retail Technology
Dusseldorf (Allemagne) – Tél.: +49 211 45 60 01

03.04.2012 – 05.04.2012

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

HORECA

05.02.2012 – 08.02.2012

Foodapest
Budapest (Hongrie) – Tél.: +36 1 26 36 000

20.02.2012 – 22.02.2012

VINISUD
Montpellier (France) – Tél.: +33 1 41 86 41 86

05.03.2012 – 08.03.2012

Salon des Gourmets
Madrid (Espagne) – Tél.: +49 221 948645-0

11.03.2012 – 15.03.2012

HORECATEL
Marche-en-Famenne (Belgique)
Tél.: +32 84 340 800

20-24 November 2011

Nurturing Long-Term Ties
with the UAE and Qatar

The Luxembourg delegation visiting H.H. Sheikh Saud Bin Saqr Al Qasimi, Supreme Council Member and Ruler of Ras Al Khaimah

An official mission, led by H.R.H. the Hereditary Grand Duke of Luxembourg and H.E. Mr. Jeannot Krecké, Minister of the Economy and Foreign Trade, visited the United Arab Emirates (UAE) and Qatar from the 20th to the 24th of November 2011. The mission was organized by the Chamber of Commerce in close cooperation with the Ministry of the Economy and Foreign Trade and with Luxembourg for Business. 40 representatives of 25 companies accompanied the mission.

After being hit badly by falling oil and real estate prices during the financial crisis, the UAE are now experiencing a substantial construction boom, with EUR 300 billion worth of active projects, including billions in real estate, tourism and leisure infrastructure, an expanding manufacturing base and a thriving services sector.

■ **Luxembourg Business representatives visit the Middle East in the framework of the opening of the Luxembourg Embassy in Abu Dhabi**

On Sunday, November 20th, the Abu Dhabi Chamber of Commerce and Industry, with which the Luxembourg Chamber of Commerce signed

a Memorandum of Understanding in 2005, welcomed the Luxembourg delegation for a breakfast meeting during which the Vice President, H.E. Khalfan Saeed Al Kaabi presented the project Abu Dhabi 2030 which is the UAE capital's ambitious plan for the development of the city that will guide planning decisions for the next quarter of a century.

At the press conference, which took place in the framework of the inauguration of the Luxembourg Embassy in Abu Dhabi, the official delegation announced the signature of an Air Services Agreement. The conference was followed by a reception graced by the presence of H.E. the Hereditary Grand Duke, Mr. Krecké, Mr. Asselborn and Sheikh Abdullah Bin Zayed Al Nahyan as well as about 250 Luxembourg and Emirati decision makers. Mr. Georges Faber, Ambassador of Luxembourg to the UAE comments: "The opening of a Luxembourg Embassy in the UAE comes on top of more than 30 years of diplomatic relations between the two countries. It is a decisive step and a true commitment by Luxembourg to further strengthen the long standing relationship in every field: political, economic, socio and cultural."



H.R.H. the Hereditary Grand Duke of Luxembourg and H.E. Mr. Jeannot Krecké, Minister of the Economy and Foreign Trade visiting the Luxembourg pavilion at the Big 5 Show

The following day, the Luxembourg delegation headed to Dubai to visit the Big 5 Show and its Luxembourg pavilion which hosted 12 representatives of 8 Luxembourg companies.

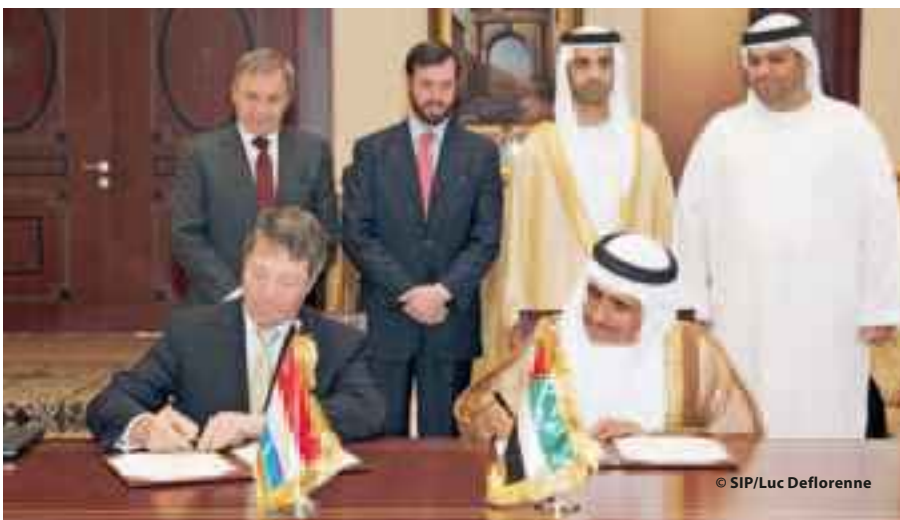
On November 22th the Luxembourg businessmen accompanied the official delegation on a visit to Ras Al Khaimah. Ras al-Khaimah is one of the emirates of the UAE, located in the east of the Persian Gulf. Ras Al-Khaimah is not a major oil producer, so it has focused on developing its industrial sector.

Today the emirate, especially its capital, is home to many national institutions, government agencies, but also to many international companies. Ras Al Khaimah is trying to emerge as an investment “destination par excellence”. This being only one of the numerous

similarities with Luxembourg, the representative of the Luxembourg Chamber of Commerce, Vice President Robert Dennewald signed a Memorandum of Understanding with the Chamber of Commerce of Ras Al Khaimah.

The Luxembourg delegation also had the great honor of being invited for lunch by the ruler of the emirate Sheikh Saud bin Saqr al Qasimi. This lunch was followed by visits to RAK Ceramics, RAK Guardian and to the RAK Free Trade Zone.

On top of this ambitious program, the Chamber of Commerce offered the participating companies the possibility of registering for individual tailor made matchmaking appointments with local companies. These business meetings took place at the Hotel on each day of



Memorandum of Understand signed by Mr. Robert Dennewald, Vice President of the Chamber of Commerce and by H.E. Mr. Youcef Obaid Al Neaimi, Chairman of the Board of Directors of the Chamber of Commerce of Ras Al Khaimah, in presence of H.R.H. the Hereditary Grand Duke, H.H. Sheikh Saud Bin Saqr Al Qasimi, and H.E. Mr. Jeannot Krecké

INDUSTRIE

04.03.2012 – 07.03.2012

Internationale Eisenwarenmesse Köln
International Hardware Fair
Cologne (Allemagne) – Tél.: +49 221 821-0

23.04.2012 – 27.04.2012

HANNOVER MESSE – Premier salon mondial
des technologies industrielles
Hanovre (Allemagne) – Tél.: +49 511 89 0

CONSTRUCTION

08.02.2012 – 11.02.2012

EXPOBOIS
Paris (France) – Tél.: +33 1 76 77 11 11

15.04.2012 – 20.04.2012

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

16.04.2012 – 21.04.2012

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

LOGISTIQUE ET EMBALLAGE

28.02.2012 – 03.03.2012

IPACK-IMA – Salon international de
l'emballage et du conditionnement,
de la manutention, et des machines pour
l'industrie alimentaire
Milan (Italie) – Tél.: +39 023 19 10 91

ENVIRONNEMENT ET ENERGIE (RENOUVELABLES); INDUSTRIE SOLAIRE

02.02.2012 – 05.02.2012

Bioenergy Expo
Vérone (Italie) – Tél.: +33 384 868930

07.02.2012 – 09.02.2012

E-world energy & water
Salon spécialisé et congrès pour la production
de l'énergie international
Essen (Allemagne) – Tél.: +49 201 72 44 0

SECURITE

14.02.2012 – 17.02.2012

SST
Security and Safety Technologies
Moscou (Russie) – Tél.: +7 495 937 68 61

IMMOBILIER ET INVESTISSEMENT

06.03.2012 – 09.03.2012

MIPIM
Cannes (France) – Tél.: +33 1 41 90 44 00

INDUSTRIE AUTOMOBILE

08.03.2012 – 18.03.2012

Salon international de l'automobile
Genève (Suisse) – Tél.: +41 22 76 11 11 1

RECHERCHE & DEVELOPPEMENT

17.04.2012 – 20.04.2012

analytica
Salon professionnel international
de l'analyse instrumentale, des techniques
de laboratoire et de la biotechnologie
avec analytica conference
Munich (Allemagne) – Tél.: +49 89 949 20 720

the mission. In Qatar, the Chamber of Commerce collaborated with the commercial attaché of the Belgian embassy for the organization of the matchmaking event which was a great success for the participating companies.

With Qatar's economy expected to grow by 16% in 2012 to a value of EUR 150 billion, the state is set to embark on an enormous investment program to build the infrastructure needed for the 2022 FIFA World Cup. Qatar plans to spend over EUR 100 bil-

lion in the next five years on construction and energy projects.

The representatives of the Chamber of Commerce: Robert Dennewald, Carlo Thelen and Diana Rutledge extended a visit to the Qatari Businessmen Association where they were welcomed by the Chairman Sheikh Faisal Bin Qassim Al Thani, who is also a businessman in his own right. Indeed, he began his business with a small company that trades in automobile spare parts over 40 years ago. Today

his company has expanded to a multi-million dollar organization comprising over 30 companies and employing 3,000 people located in various parts of the world.

In the evening the Chamber of Commerce hosted a closing reception for the mission at which the guests were addressed by H.E Mr. Krecké and by Mr. Dennewald who both stressed once again the importance of exploring promising ideas and future projects with both the UAE and Qatar. ■

Big 5 Show 2011

For the 8th consecutive year, Luxembourg companies exhibited their products and services at the Big 5 Show which took place at the Dubai International Exhibition Center from November 21-24, 2011. This show is globally acknowledged as the largest and most important exhibition for the Middle East's building and construction industry. This year's show attracted 2,500 exhibiting companies from 75 countries worldwide. The Luxembourg presence at the Big 5 Show was highlighted by the presence of H.R.H. the Hereditary Grand Duke of Luxembourg and H.E. Mr. Jeannot Krecké, Minister of the Economy and Foreign Trade, who visited the Luxembourg Pavilion at the Big 5 Show on the 21 of November in the framework of the economic mission to the UAE.

The Luxembourg Pavilion newly designed and covering an area of some 170 sqm, was a joint-venture between the Luxembourg Chamber of Commerce, the Ministry of the Economy and Foreign Trade and Luxembourg for Business (LFB).

Supply companies from all over world have come to the Big 5 show in pursuit of their contracts. And so did 7 companies from Luxembourg; some were multi-nationals, active on a global scale whereas others were small and medium sized companies with specialized, handmade products and services.

ArcelorMittal S.A.: the world's leading steel manufacturer is present in Dubai since 1993 and locally supplies various kinds of steel which are used in power-plants, offshore platforms, refinery projects, and in civil construction.

Cargolux is one of the leading suppliers of high quality, worldwide scheduled and charter air cargo services. The company offers more than 40 years of experience and, today, ranks tenth worldwide, measured in tonne-kilometers flown, while it remains the biggest all-cargo airline in Europe.

Fallprotec is an international brand specializing in permanent fall arrest systems and abseiling systems. Fallprotec offers a comprehensive range of anchor systems to fit almost any type of roof/wall/building.

Menuiserie Kraemer is a traditional high end wood worker and famous for its exclusive staircases in various material combinations, custom interior fitted furniture, custom designed kitchen furniture and doors and sliding doors.

Saint Gobain Abrasives: Saint Gobain is the largest abrasives company in the world and is the premier brand of diamond products and associated machinery for the construction industry. The very first laser-welded diamond blade was developed by Norton in 1979, and through continuous innovation and R&D programs new, state of the art cutting tools and machines were developed.

Wildhog Industries: The Wild Hog DTV range of vehicles and accessories are designed and built to provide the outdoor worker with a tough yet practical utility vehicle for everyday use in the working environment.

The Zenit Group ranks among the top international names in the design and manufacture of water treatment technologies. Its core business is the design and manufacture of submersible electric pumps for both domestic and industrial use. ■



Conception et layout: apat © Photo: Andrés Lejona. Photographie prise dans les locaux de l'Administration de l'Énergie (AEL).

02

mars

03

mars

04

mars

myenergy days 2012

le salon de la rénovation énergétique

Luxexpo / Kirchberg

www.myenergydays.lu



1-3 December 2011

World SME Expo Hong Kong



© Matthias Schneider - Fotolia.com

The Chamber of Commerce of the Grand-Duchy of Luxembourg participated in the 7th consecutive year in the World SME Expo in Hong Kong.

The World SME EXPO is a major trade promotion event aimed at help-

ing Hong Kong and Chinese SME's to capture business opportunities for exploring the Mainland and Overseas Markets. The Expo was divided into 2 major zones: Solutions Hall which focused on different business-support services and the Opportunities Hall fea-

turing China, Overseas and Emerging Market business opportunities. The Luxembourg Chamber of Commerce was present in the second hall with a small booth, made available free of charge by the Hong Kong Trade Development Council (HKTDC). Our continuous presence at the Expo was the start of our relationship with the HK Representative Office in Brussels.

Within the Solutions Hall it was quite impressive to see the ever growing number of business support services (companies specialized in R&D, design and creativity) from mainland China. It became obvious that a growing number of Chinese start-ups are exploring possibilities to enter the EU market. ■

5-7 December 2011

Luxembourg Joint Business Council: Strengthening the bonds between Taiwan and Luxembourg

The 4th Taiwan – Luxembourg Joint Business Council (J-B-C) held on 5th of December 2011 was presided by Mr. Theodore Huang and by Mr. Marc Solvi. The Luxembourg Chamber of Commerce

(LCC) was represented by Daniel Sahr and Jean-Claude Vesque. The venue was the Taipei International Convention Center. 13 representatives from 8 Luxembourg companies participated in the Council meeting. On top of

that around 60 representatives from the Taiwanese business community were present.

The partner for the event was the Chinese International Economic Cooperation Association (CIECA). A cooperation agreement was signed between the LCC and CIECA. The agreement was signed by P. Gramegna, Mr. Solvi and T. Huang.

The program of the Council meeting was suggested by the LCC. As it was known that the agreement for the avoidance of double taxation was to be signed during the month of December 2011 (19.12.2011) the following presentations focused on the benefits for both business communities as a result of this NDTA:

- Business opportunities between Taiwan and Luxembourg based on the upcoming non-double taxation agreement by Deloitte.
- Luxembourg – An attractive location for setting up your European



Marc Solvi and Theodore Huang exchanging the signed cooperation agreement between the Chamber of Commerce and CIECA

distribution center by Ministry of the Economy and Foreign Trade.

- Luxembourg – A hub for Taiwan intangible property management activities & planning by Deloitte.
- Economic Cooperation Framework Agreement (ECFA) and its implications for European companies, by the Chief Secretary of the Bureau of Foreign Trade, Ministry of Economic Affairs, Taiwan. ECFA is an agreement between ROC and PRC

which tends to abolish customs taxes and import or export duties.

A lunch was hosted by CIECA in honor of the Luxembourg delegation. The Luxembourg Chamber of Commerce hosted a reception in the evening of December 5th. Some 100 people attended the event.

During December 6th and 7th, several company visits were organized (TECO, Kymco, Nankang Software Park and a delegation visited the city of

Hsinchu where members of the International Optoelectronic Association of Taiwan got a presentation on the logistics and financing opportunities for their European sales of Taiwanese Photovoltaic Cells and Modules).

In order to keep the present momentum going between Luxembourg and Taiwan, it was decided that the 5th Joint Business Council will be held in Luxembourg on May 2012. ■

7 décembre 2011

Les entreprises luxembourgeoises et belges jouent la carte de la proximité

Quelques heures seulement après l'assermentation du nouveau Gouvernement belge, les entreprises luxembourgeoises ont rencontré leurs homologues belges lors d'un séminaire économique et financier organisé par la Chambre de Commerce du Grand-Duché, en coopération avec l'ambassade du Luxembourg, pour débattre de l'approfondissement des relations commerciales entre les deux pays.

Le moment ne pouvait pas être mieux choisi pour une rencontre amicale entre voisins, afin de discuter de l'approfondissement des relations commerciales entre les entreprises des deux pays. Avec en toile de fond la crise économique et financière, il est en effet plus que jamais crucial de saisir les opportunités offertes par les marchés de proximité, qui restent les principaux marchés d'exportation du Luxembourg. Ainsi, la Chambre de Commerce a mis en place une plate-forme de rencontres à la Maison du Grand-Duché de Luxembourg à Bruxelles pour les entreprises des secteurs de la finance, de la logistique, des écotecnologies, des médias et communications et des services aux entreprises. Cette initiative a reçu le soutien de partenaires forts en Belgique, tels que l'Agence Wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers (AWEX), Flanders Investment & Trade (FIT) et Brussels Invest & Export ou encore la Chambre



(de g. à d.) Carlo Thelen (Chambre de Commerce), Philippe Suinen (Agence Wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers), Claire Tillekaerts (Flanders Investment & Trade), S.E.M. Jean-Jacques Welfring, ambassadeur du Grand-Duché de Luxembourg en Belgique et Jacques Evrard (Brussels Invest & Export)

de Commerce et l'Union des Entreprises de Bruxelles (BECI).

120 hommes d'affaires et représentants d'entreprises belges et luxembourgeoises ont assisté au séminaire qui a été ouvert par S.E.M. Jean-Jacques Welfring, ambassadeur du Grand-Duché de Luxembourg en Belgique et par les directeurs des trois entités régionales belges du commerce extérieur.

Carlo Thelen, chef du Département International et chef économiste de la Chambre de Commerce, a effectué une présentation de l'économie luxembourgeoise et a identifié une vaste panoplie d'activités économiques et commer-

ciales qui se prêtent parfaitement à des coopérations transfrontalières. Carlo Thelen a rappelé que face à la crise, le Luxembourg peut se prévaloir de plusieurs atouts de taille, tels que la stabilité politique et sociale, des charges sociales



compétitives, une localisation géographique privilégiée entre l'Allemagne, la France et la Belgique, un environnement international et multiculturel et une main d'œuvre polyglotte.

Carlo Thelen a souligné que dans les secteurs économiques actuellement promus par le Gouvernement luxembourgeois, en l'occurrence les technologies d'information et de communication, les écotechnologies, le secteur des énergies renouvelables, le secteur de la logistique et les technologies de la santé, il existe un réel potentiel de coopération et de partenariats entre les entreprises luxembourgeoises et belges.

Une table ronde animée Jean Blavier, journaliste belge, a ensuite permis aux participants d'obtenir des informations très précises sur l'établissement et le développement de relations commerciales entre le Grand-Duché et la Belgique.

Pas moins de quatre représentants d'entreprise ont fait part de leurs expériences dans le cadre de témoignages pratiques: Rik Vandenberghe d'ING Luxembourg et membre élu de la

Chambre de Commerce, a présenté la place financière du Luxembourg et les instruments et services offerts aux entrepreneurs locaux et étrangers. Vincent Bechet de Property Partners a comparé les marchés de l'immobilier d'entreprise des deux capitales européennes, Bruxelles et Luxembourg, et a expliqué les raisons qui ont amené sa société à ouvrir une succursale dans la capitale belge. Jean-Philippe Wagnon de Vectis PSF a ensuite décrit le marché très porteur des professionnels du secteur financier luxembourgeois et a énuméré les nombreuses solutions offertes par sa société. Finalement, Rafaël Raimundo de la société GBN Europe, a présenté les services de consultance qu'elle propose aux clients recherchant de nouveaux débouchés à l'échelle internationale en s'appuyant sur un vaste réseau de partenaires. Tous les intervenants se sont accordés à dire que la crise financière et économique actuelle a été ressentie au niveau de leurs entreprises, de leurs clients et de leurs fournisseurs, mais que, dans le même temps, de nou-

velles opportunités en résultaient et que pour les saisir, il fallait être flexible, innovateur et accepter de prendre certain risque. Par ailleurs, il a été relevé qu'une vision à plus long terme et des partenariats forts et stables deviennent de plus en plus importants pour une bonne gouvernance d'entreprise.

La séance de matchmaking qui a eu lieu l'après-midi avait, en autres objectifs, de mettre en relation les entreprises belges et luxembourgeoises et d'approfondir des relations commerciales existantes. 75 entreprises y ont pris part et des accords de collaboration concrets ont pu être scellés le jour même, qui seront accompagnés par la Chambre de Commerce au cours des prochains mois.

Au regard du succès de cette deuxième édition du séminaire économique et financier entre la Belgique et le Luxembourg, les organisateurs ont d'ores et déjà décidé de renouveler l'expérience en 2012 et d'en faire un point de rencontre régulier de la communauté d'affaires belgo-luxembourgeoise. ■

6-9 March 2012

Become an Official Partner of the Luxembourg Pavilion at MIPIM 2012

From the 6th to the 9th of March 2012, the Chamber of Commerce organises a Luxembourg Pavilion at MIPIM, the world's largest real estate business platform, which will be held for the 23rd time in Cannes, France.

Showcasing the most promising real estate developments, MIPIM brings together top real estate professionals for 4 days of networking, deal making and trend analysis. Across the 17,000 square meter site in the renowned *Palais des Festivals*, 1,833 exhibiting companies present their real estate product portfolios, services and technologies. 4,031 investors and 243 end-users from 90 countries attended MIPIM 2011, bringing together almost 19,000 key players of the industry. MIPIM participants cover the entire spectrum of the real estate industry: project developers and manag-

ers, investors and financiers, consultants and agents, architects and planners, corporate real estate managers and expansion managers as well as representatives from economic regions and cities.

The event is accompanied by an extensive conference programme offering insights on current trends and innovations in the real estate, investment and financial markets. For the 23rd edition of the fair, the Grand Duchy of Luxembourg will be represented for the 7th consecutive time with a National Pavilion bringing together the Luxembourg companies that wish to present their products, services and technologies in an "open space" stand. Whether you are marketing a property, a fund or a service, MIPIM is the perfect platform to reach the key players at the heart of the international real estate community.

If you wish to join the Luxembourg Pavilion at the upcoming MIPIM trade fair, please get in touch with the International Department of the Chamber of Commerce which offers various options in order to make your participation a success. The turnkey option for companies that wish to exhibit a model project amounts to EUR 18,000. The other options amount to EUR 12,000 for a personalised totem and EUR 8,000 for a simple participation.

All of these packages include the following benefits for the exhibiting companies:

- Access to a nominative table in the lounge area of the collective stand for your client meetings;
- Use of the meeting room of the National Pavilion (by reservation);
- Prominent location in the Palais des Festivals, Floor 0;

- Official Reception to be held on the 2nd day of the fair;
- Publication of your company profile in the official Luxembourg Brochure to be distributed to the visitors and exhibitors;
- Your company logo on the stand;
- The participation fees of the 1st participant of your company;
- Wireless Internet connection;
- Catering and refreshments throughout MIPIM;
- Bi-lingual hostesses;
- Transport of your promotional material to the fair and back to Luxembourg;
- Assistance throughout the MIPIM fair.

A Sponsor package including the following benefits will be available at the cost of EUR 4,000:

- Access to the open space stand for your presence at MIPIM;
- The participation fee of the 1st participant of your company;



For any further questions and registration, please contact the International Department of the Chamber of Commerce

Contact person: Anne-Marie Loesch/Sabrina Sagramola
Tel.: (+352) 42 39 39-312/-335 – E-mail: international@cc.lu

- Your company logo on the stand; to be distributed to visitors and exhibitors.
- One page advertisement in the official Luxembourg brochure



Groupe Fiduciaire Luxembourgeoise

Notre groupe indépendant est articulé autour de trois sociétés actives au Grand-Duché de Luxembourg depuis les années 1995.

Nos activités couvrent les besoins de nos clients particuliers, indépendants, PME et professions libérales.

246, rue de Beggen • L-1220 Luxembourg
Tél. : (+352) 42 20 10 • www.fidlux.lu

Fiduciaire Luxembourgeoise Claude Koeune s.à.r.l.

- expertise-comptable
- conseil fiscal
- conseil entreprise

Fiduciaire Luxembourgeoise Salaires et Traitements S.A.

- décomptes de salaires
- travaux de secrétariat social
- gestion du personnel

Société Luxembourgeoise de Révision s.à.r.l.

- commissaire aux comptes
- accompagnement entreprises

30 April – 3 May 2012

Save the date – Project Qatar

By boasting a record increase of 73% in the number of visitors and with 1.750 exhibitors occupying more than 224.000 sqm, Project Qatar has established itself as Qatar's premier building show in the Middle East. Relying on the revenues of its oils and gas

production, Qatar's economy is once again expected to spectacularly grow in 2012. Aiming to diversify its economy, Qatar's authorities will spend some 15 to 18 billions of dollars in developing new sectors (e.g. logistics, finances, health tech). The organization of the soccer World Cup

Final's in 2022 is estimated further boost Qatar's construction sector.

Luxembourg will for the 1st time be present at Project Qatar with a joined national pavilion organized by the Ministry of the Economy and Foreign Trade and by the Chamber of Commerce. ■

For further information about this official mission, please contact
the International Department of the Chamber of Commerce

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

5 – 8 June 2012

Save the date – Project Lebanon

After two successful presences at Project Lebanon in 2010 and 2011, the Ministry of the Economy and Foreign Trade and the Chamber of Commerce will organize the 3rd consecutive Luxembourg presence at this construction and environmental technology trade fair.

Held in Beirut's international exhibition & leisure centre, Project Lebanon attracted in 2011 some 24.000 visitors mainly from the surrounding middle eastern countries. As one of only 12 national pavilions, the Luxembourg pavilion can be viewed as an ideal gateway to access the Lebanese market.

In the framework of this trade fair, the Chamber of Commerce, in close cooperation with the Ministry of the Economy and Foreign Trade and with Luxembourg for Business, will organize an official mission to Beirut during which the participants can request tailor made b2b meetings. ■

For further information about this official mission, please contact
the International Department of the Chamber of Commerce

Contact person: Viviane Hoor – Tel.: (+352) 42 39 39-315 – E-mail: international@cc.lu

11-15 mars 2012

Soufflez avec la Chambre de Commerce les 10 bougies de participation collective au salon Horecatel



Depuis 2003, la Chambre de Commerce participe au salon Horecatel, «le» rendez-vous des professionnels de l'HoReCa de Wallonie, des régions françaises limitrophes et du Grand-Duché de Luxembourg.

La salon Horecatel s'adresse aux hôteliers, restaurateurs, cafetiers, traiteurs, pâtisseries, chocolatiers, boulangers, grossistes, producteurs, fournisseurs et équipementiers, mais aussi aux prestataires de services de l'HoReCa et de l'indus-

Si vous souhaitez rejoindre le pavillon, pour de plus amples renseignements:

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International

Personnes de contact: Andreja Wirtz/Daniel Sahr

Tél.: (+352) 42 39 39-379/313 – Fax: (+352) 43 83 26 – E-mail: international@cc.lu

trie agroalimentaire. Horecatel présente traditionnellement et parallèlement aux stands d'exposition, un programme varié et attrayant de dégustations, d'animations et de concours.

Le salon compte chaque année quelque 350 exposants et a accueilli 34.257 visiteurs professionnels en 2011.

La Chambre de Commerce vous invite à vous joindre au pavillon national qui sera mis en place à cette occasion et vous propose une formule d'exposition clés en mains, comprenant les facilités et services nécessaires pour optimiser votre présence sur place et pour garantir une visibilité maximale des entreprises luxem-

bourgeoises. Dans le cadre de la promotion de la collectivité luxembourgeoise s'inscrivent notamment la publication d'une brochure présentant les entreprises participantes, ainsi que l'organisation d'une journée thématique mettant le focus sur les produits du terroir et la publication de vos témoignages. ■

7-11 May 2012

Save the date: official mission to Canada

The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg, in close cooperation with the Ministry of the Economy and Foreign Trade and the Agencies Luxembourg for Business and Luxembourg for Finance, will organize a multi-sectoral mission to Canada. The delegation will be led by

H.R.H. the Hereditary Grand Duke of Luxembourg and the Minister of the Economy and Foreign Trade, Mr. Etienne Schneider. During this mission the delegation will visit Montreal, Toronto and Vancouver where subsequent business matchmaking will be organized by the Chamber of Commerce. ■



**For further information about this official mission,
please contact the International Department of the Chamber of Commerce
Contact person: Daniel Sahr – Tel.: (+352) 42 39 39-313 – E-mail: daniel.sahr@cc.lu**

23-25 April 2012

Save the Date: Delegationsreise im Rahmen des Staatsbesuchs in Deutschland

Im Rahmen des Staatsbesuchs von Ihren Königlichen Hoheiten dem Großherzog und der Großherzogin von Luxemburg in Deutschland organisiert die Handelskammer Luxemburg, in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium und den Agenturen Luxembourg for Business und Luxembourg for Finance, eine Delegationsreise nach Berlin vom 23. bis 25. April 2012.

Dieser Staatsbesuch stellt eine Gelegenheit dar die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und Luxemburg zu festigen und weiter auszubauen. Beide Wirtschaften sind bereits eng miteinander verknüpft. So ist Deutschland mit 3,9 Milliarden EUR respektiv 8,6 Milliarden EUR im Jahr 2010 unser wichtigster Handelspartner was die Importe und Exporte von Dienstleistungen anbelangt. Auch stellt unser deutscher Nachbar den größten Abnehmermarkt unseres Landes dar, mit einem Exportvolumen der Güter von 3 Milliarden € im Jahr 2010. Von den 143 in Luxemburg ansässigen

Banken sind 42 deutscher Herkunft. Circa ein Sechstel der in Luxemburg domizilierten Investmentfonds stammen aus Deutschland. Das wirtschaftliche Programm, das im Rahmen des Staatsbesuchs organisiert wird, enthält ein Rundtischgespräch welches Luxembourg for Finance in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Deutscher Banken organisiert und unter anderem Gespräche zwischen den Finanzministern Luc Frieden und Wolfgang Schäuble bezüglich der Rolle der europäischen Finanzzentren in der globalisierten Welt darbietet. Die Handelskammer Luxemburg wird, in Zusammenarbeit mit Fedil – Business Federation Luxembourg und Luxinnovation, Workshops in den Bereichen Energie/Klima, Informa-

tionstechnologien sowie Logistik und Automotive organisieren. Weiterhin stehen sektorbezogene Besuche bei Fachverbänden und Clustern auf dem Programm der Wirtschaftsdelegation, die zusammen mit Luxinnovation organisiert werden. Im Anschluss an den Staatsbesuch in Berlin plant die Handelskammer am 25. April einen gemeinsamen Besuch der Hannover Messe, die im vorigen Jahr 65.000 Unternehmen aus 65 Ländern angezogen hat.

Die Unternehmen können an einer Kontaktbörse teilnehmen, die von der Handelskammer Luxemburg organisiert wird, und somit von dem Kontaktpotenzial von acht parallel stattfindenden Leitmesen in diversen Technologiebranchen profitieren. ■

**Falls diese Veranstaltung auf Ihr Interesse gestoßen ist, steht Ihnen der Geschäftsbereich International jederzeit gerne zur Verfügung
Kontaktpersonen: Sabrina Sagromola/Anne-Marie Loesch
Tel.: (+352) 42 39 39-360/-312 – E-mail: international@cc.lu**

14-16 septembre 2012

25^e édition de l'Oeko-Foire: les inscriptions sont lancées

Le Mouvement Ecologique et l'OekoZenter Lëtzebuerg lancent les invitations pour la 25^e édition de l'Oeko-Foire, foire **unique dans la Grande Région, Luxembourg, Belgique, France, Allemagne**, qui aura lieu du 14 au 16 septembre 2012. Comme chaque année, la foire est placée sous le patronage du ministère du Développement durable, du ministère de l'Economie et du ministère des Classes moyennes.

Les préparatifs pour l'Oeko-Foire 2012 sont en cours et les exposants potentiels peuvent s'y inscrire dès à

présent et ce, **jusqu'au 6 mai pour les inscriptions définitives. A noter que cette édition 2012 sera marquée par la célébration du 25^e anniversaire de l'Oeko-Foire** – une belle occasion de présenter un programme encore plus attractif! Les exposants pourront ainsi profiter de cet anniversaire pour se mettre encore davantage en avant.

L'évolution de l'Oeko-Foire est impressionnante: si lors de la première foire il y avait quelque 4.000 visiteurs et 40 exposants, elle compte aujourd'hui 14.000 visiteurs et près de 200 exposants.

Lors des éditions précédentes, il s'est clairement confirmé que l'Oeko-Foire offre aux exposants une occasion intéressante d'atteindre un public particulièrement motivé, aussi bien luxembourgeois qu'allemand, belge et français. Selon des enquêtes effectuées auprès des exposants, ceux-ci se montrent très satisfaits de leur participation et des possibilités d'information et de vente. De fait, le nombre d'exposants de la Grande Région augmente d'année en année et la foire s'est bâtie une belle réputation. Les domaines suivants sont représentés: les énergies renouvelables (énergie éolienne, énergie solaire, systèmes de chauffage et autres), l'alimentation, les produits cosmétiques, les textiles, les produits ménagers (produits de nettoyage, appareils ménagers etc.), les matériaux de construction (produits isolants, traitements de surfaces), les offres touristiques, le jardinage, l'agriculture, la recherche environnementale, des projets et initiatives dans le domaine écologique et social. Tous les produits exposés doivent répondre à des critères écologiques définis par les organisateurs. Ainsi, la foire jouit d'une grande confiance auprès des visiteurs qui peuvent être sûrs de la valeur écologique des produits exposés.

Cette année, un accent spécial sera également mis sur l'offre d'information variée et un programme d'animation pour les grands et les petits, pour que la foire soit un véritable événement pour toute la famille. ■



Les entreprises, firmes, producteurs, organisations et particuliers intéressés peuvent demander les documents d'inscription, ainsi que de plus amples informations auprès du:

Mouvement Ecologique – 4, rue Vauban – L-2663 Luxembourg

Tél.: (+352) 43 90 30-1 – Fax: (+352) 43 90 30-43 – E-mail: meco@oeko.lu

Vous ne ferez plus jamais vos affaires de la même façon !

Bourse de contacts b2fair

Forum de l'Automobile

Ateliers exposants - Tables rondes

Réceptions de networking

Mariage des entreprises

Symposium de la Grande Région

Speed Pitching - Plateau TV

Conférences interactives

Village des start-ups

Stands d'exposition

SAVE THE DATE



Organisateur:

CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

Lieu:

LUXEXPO
EXHIBITION & CONGRESS CENTER

GR GREATER REGION BUSINESS DAYS 2012

Secteurs cibles:

- ◆ Eco-environnement & énergie;
- ◆ Eco-construction & développement durable;
- ◆ E-Mobilité;
- ◆ Machinerie & métallurgie;
- ◆ Automobile;
- ◆ Aérospatial;
- ◆ TIC, commerce électronique & web-marketing;
- ◆ Transport & logistique;
- ◆ Services aux entreprises.

La plateforme de rencontres incontournable pour les PME et start-ups innovantes de la Grande Région

MANIFESTATION D'INTÉRÊT

- ◆ est intéressé(e) à recevoir de plus amples renseignements sur le déroulement pratique de ce **nouveau salon b2b** au Luxembourg et sur les conditions de participation y relatives.
- ◆ voudrait être directement contacté(e) par la Chambre de Commerce afin de fixer une entrevue pour illustrer les différentes initiatives et opportunités d'affaires offertes dans le cadre de la présente manifestation.

Entreprise:
Nom, Prénom:
Fonction:
Rue, No.
Code Postal:
Localité:

Secteur d'activité:
Tél.:
Fax:
E-mail:
Site web:

GR
GREATER
REGION
BUSINESS
DAYS 2012

En cas d'intérêt, merci de bien vouloir retourner le présent formulaire par e-mail, fax ou voie postale à la
Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg ◆ Département International ◆ L-2981 LUXEMBOURG
Tél. : + 352 42 39 39 – 333 / 370 ◆ Fax : +352 43 83 26 ◆ E-mail : gr-businessdays@cc.lu

15-18 novembre 2011

Convention d'affaires internationale *b2fair* au salon MIDESE Paris



■ La clé pour construire des partenariats d'affaires durables dans la sous-traitance industrielle

Les chiffres-clés:

- 150 entreprises de 20 pays ont participé à la convention d'affaires;
- 45 partenaires de 25 pays différents;
- 1.476 rendez-vous d'affaires enregistrés avant l'événement;
- 842 rendez-vous d'affaires ayant eu lieu tout au long de l'événement.

Pour la première fois à Paris, Reed Expositions France et la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, en étroite collaboration avec le réseau européen de soutien aux entreprises Enterprise Europe Network de la Commission européenne et de nombreuses autres organisations profession-

nelles à l'échelle mondiale, ont organisé la convention d'affaires internationale «*b2fair* – Business to Fairs®» lors de la 41^e édition du salon MIDESE, leader dans le domaine de la sous-traitance industrielle, du 15 au 18 novembre 2011.

Cette plate-forme de coopération professionnelle et internationale unique avait été envisagée par les organisateurs dans le but de faciliter et de développer davantage les relations bilatérales au sein de la communauté de la sous-traitance en Europe et au-delà. La plate-forme de rencontres d'affaires *b2fair* a donc été la place idéale pour forger des partenariats et favoriser des relations d'affaires durables entre entreprises de la communauté sous-traitante.

Avec 150 entreprises enregistrées et 1.476 rendez-vous d'affaires demandés

en ligne avant l'événement, *b2fair* a définitivement conquis ses participants, ainsi que ses partenaires lors de sa première édition au salon MIDESE. Sur les 1.476 rendez-vous d'affaires enregistrés, 634 rendez-vous n'ont pas eu lieu en raison de l'indisponibilité au niveau de la présence des entreprises (448 rendez-vous) ou encore en raison de leur choix sélectif à procéder à la déclinai-son de certains rendez-vous figurant sur leur planning de rencontres respectif (186 rendez-vous). Ce dernier chiffre témoigne de la volonté des entreprises participantes à optimiser leur participation aux rencontres d'affaires proposées.

Au total, 842 rendez-vous d'affaires ont eu lieu lors de la convention d'affaires *b2fair* sur le salon MIDESE, soit en moyenne près de 6 rendez-vous organisés par entreprise participante.

Lors de l'événement, ces entreprises ont pu bénéficier d'une vaste gamme de services que propose *b2fair*. L'Unité de Coordination *b2fair*, présente sur le salon, a assuré une assistance personnalisée à tous ses participants. Grâce à la flexibilité du système de matchmaking *b2fair*, les entreprises ont eu la possibilité de demander des rendez-vous supplémentaires sur place, tout au long de la convention d'affaires. Ainsi, les visiteurs ont reçu à fréquence régulière, au comptoir d'information *b2fair*, une mise à jour de leur planning de rendez-vous, tandis que les exposants ont été tenus informés directement sur leur stand d'exposition des différentes mises à jour de leur planning, et ce en temps réel.



b2fair au salon MIDEEST a développé un large réseau de 45 partenaires de 25 pays différents. Des organisations professionnelles ainsi que des agences de promotion étaient impliquées dans la promotion de l'événement, permettant la présence de 20 pays différents le jour de la manifestation. La Turquie a drainé le plus grand nombre d'entreprises, à savoir 39, suivie de près par la France avec 30 entreprises.

En outre, en tant que partie intégrante du salon MIDEEST, la convention d'affaires internationale b2fair a offert la possibilité aux participants de se rencontrer à trois niveaux différents:

- Exposants ↔ Exposants – 256 rendez-vous;
- Exposants ↔ Visiteurs – 450 rendez-vous;
- Visiteurs ↔ Visiteurs – 136 rendez-vous.

Au cours de cette manifestation, les participants ont également été conviés à la «Soirée b2fair» avec réception dînatoire et musique «live», le mercredi 16 novembre, afin de favoriser davantage le networking entre les participants et les partenaires, et leur permettre de poursuivre les discussions dans un cadre

plus détendu. Au cours de cette soirée, b2fair a accueilli 2 nouveaux partenaires officiels qui entrent désormais dans ce large réseau. Ainsi, b2fair a officiellement signé un contrat avec l'API, Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation en Tunisie, représentée par Nouredine Taktak, directeur général adjoint. Un deuxième contrat a également été conclu lors de cette soirée avec Koninklijke Metaalunie, organisation néerlandaise des entrepreneurs de petites et de moyennes entreprises dans la métallurgie, représentée par Paul Verlinden, Manager International Relations.

En tant qu'événement international visant à intensifier les relations entre entreprises et opérateurs économiques liés au secteur de la sous-traitance, cette plate-forme de rencontres internationale a permis aux participants un accès facile à un vaste réseau de représentants d'entreprises. En effet, dans un contexte de ralentissement de croissance et de crise économique globalisée, les organisateurs du salon et de la convention d'affaires b2fair avaient bien pris conscience de la nécessité de faciliter et de favoriser davantage des partenariats concrets et des relations d'affaires durables au

sein de la communauté sous-traitante, compte tenu de la place importante et stratégique qu'elle revêt.

b2fair est un programme d'échange de coopérations professionnelles qui encourage l'internationalisation des PME en leur donnant accès à de nouveaux marchés internationaux et en stimulant des relations «inter-entreprises» durables en Europe et au-delà. Le succès de ce concept de renommée internationale réside dans sa capacité d'organiser des rendez-vous de haute qualité soigneusement arrangés au préalable, tout en tenant compte des besoins et intérêts spécifiques des entreprises et organisations participantes du monde entier, leur permettant ainsi de nouer des contacts d'affaires intéressants, d'échanger leur expertise et leur savoir-faire et d'optimiser, grâce à une visibilité accrue et un temps de présence bien planifié, leur participation au salon.

En tant que marque protégée à l'international, «b2fair – Business to Fairs®» offre aux entreprises l'opportunité d'accéder à de nouveaux marchés, d'établir des partenariats concrets et de partager leurs expériences à l'échelle internationale. ■

Pour de plus amples renseignements: **Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg**
b2fair Head Office Luxembourg – Enterprise Europe Network – Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi–L-2981 Luxembourg – Personne de contact: Sabrina Sagramola
Tél.: (+352) 42 39 39-370 – Fax: (+352) 43 83 26 – E-mail: midest@b2fair.com/b2fair@cc.lu

6 mars 2012

Visite accompagnée au salon CeBIT à Hanovre

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, dans le cadre de ses activités d'Enterprise Europe Network – Luxembourg, organise à Hanovre le mardi 6 mars 2012, une visite accompagnée au salon CeBIT, premier salon mondial du marché numérique.

Le salon CeBIT, réputé mondialement dans les secteurs des technologies de l'information et de la communication, a accueilli en 2011 quelque

4.200 exposants provenant de plus de 70 pays et plus de 339.000 visiteurs venus du monde entier. Cette année, les participants luxembourgeois auront l'occasion de s'informer sur les dernières innovations dans de nombreux domaines via 4 plates-formes qui seront mises en place:

- CeBIT Pro: le monde des solutions numériques pour les entreprises;
- CeBIT Gov: l'ensemble des solutions pour le secteur public;

- CeBIT Life: l'ensemble des contenus et produits pour le grand public;
- CeBIT Lab: le forum de la recherche et de l'innovation.

■ Organisez dès maintenant votre voyage!

Afin de faciliter votre déplacement, un voyage collectif comprenant le vol A/R, les billets d'entrée au salon, ainsi que l'assurance voyage et l'assistance

sur place et les transferts en bus, vous est proposé.

Si vous souhaitez vous joindre à cette visite, nous vous remercions de bien vouloir compléter le bulletin d'inscription qui figure ci-dessous et le retourner à l'adresse indiquée pour le **17 février** au plus tard.

Pour plus d'informations sur le CeBIT, rendez-vous directement sur le site officiel de l'événement via www.cebit.de.

L'équipe de la Chambre de Commerce se tient à votre entière disposition pour tout renseignement complémentaire

Personnes de contact: Sohrab Ziai/Andreja Wirtz

Tél.: (+352) 42 39 39-333/372/379 – Fax: (+352) 43 83 26 – E-mail: een@cc.lu

Visite accompagnée au salon CeBIT à Hanovre– Merkur Janvier/Février 2012 • à remplir en lettres majuscules

Nom: _____

Prénom: _____

Fonction: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

souhaite participer à la visite accompagnée au salon «CeBIT» qui sera organisée le 6 mars 2012

souhaite recevoir de plus amples informations sur la visite accompagnée en question et voudrait être recontacté(e) téléphoniquement en vue d'une assistance plus personnalisée.

Date: _____

Signature: _____

A retourner à la:

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International

Enterprise Europe Network – Luxembourg

7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 Luxembourg

Personnes de contact: Sohrab Ziai/Andreja Wirtz

26-28 mars 2012

Visite accompagnée au salon Alimentaria à Barcelone

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, dans le cadre de ses activités d'Enterprise Europe Network – Luxembourg, organise une visite accompagnée au salon Alimentaria qui se tient du lundi 26 au mercredi 28 mars 2012 à Barcelone.

Le salon Alimentaria, réputé mondialement dans les secteurs de l'alimentation et des boissons, a accueilli en 2010, sur une surface totale de plus de 94.000 m² quelque 4.000 exposants provenant de plus de 75 pays et plus de 140.000 visiteurs du monde entier. Ce

salon est divisé en 14 parties thématiques bien distinctes:

- Multiproducto (produits alimentaires mixtes);
- Pabellón Internacional (exposants internationaux regroupés par pays d'origine);
- Pabellón de las Autonomías (exposants regroupés par régions autonomes);
- Alimentación ecológica (produits bio);
- Intervin (vins et spiritueux);
- Olivaria (huiles d'olive et légumes);

- Interlact (produits laitiers);
- Expobebidas (eaux minérales, soft drinks, bières);
- Intercarn (viandes);
- Mundidulce (chocolats, desserts, viennoiseries);
- Restaurama (restaurations);
- Expoconser (produits en conserve);
- Interpesca (poissons et fruits de mer);
- Congelexpo (produits congelés).

Afin de faciliter votre déplacement, un voyage collectif en avion au départ de Luxembourg vous est proposé du lundi 26 au mercredi 28 mars 2012.

En cas de besoin, une entrevue avec un ou plusieurs exposants, nous prendrons soin de fixer des rendez-vous individuels pour votre entreprise ultérieurement. Si

vous êtes intéressés, nous vous prions de bien vouloir nous retourner le bulletin d'inscription ci-joint pour le vendredi 3 février 2012 au plus tard. ■

Pour plus d'informations sur Alimentaria, rendez-vous directement sur le site officiel de l'événement via www.alimentaria-bcn.com

L'équipe de la Chambre de Commerce se tient à votre disposition.

Personnes de contact: Sohrab Ziai/Andreja Wirtz

Tél.: (+352) 42 39 39-333/372/379 – Fax: (+352) 43 83 26 – E-mail: een@cc.lu



Visite accompagnée au salon Alimentaria à Barcelone – Merkur Janvier/Février 2012 • à remplir en lettres majuscules

Nom: _____

Prénom: _____

Fonction: _____

Entreprise: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

est intéressé(e) à participer à la visite accompagnée au salon «Alimentaria» qui sera organisée du 26 au 28 mars 2012

est intéressé(e) à recevoir de plus amples informations sur la visite accompagnée en question et voudrait être recontacté(e) téléphoniquement en vue d'une assistance plus personnalisée

Date: _____

Signature: _____

A retourner à la:
Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Département International
Enterprise Europe Network – Luxembourg
7, rue Alcide de Gasperi • L-2981 Luxembourg
Personnes de contact: Sohrab Ziai/Andreja Wirtz

BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires

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

■ Le partenariat commercial:

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

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

■ Le partenariat industriel:

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

■ Le partenariat technologique:

- Le transfert de technologie et de savoir-faire

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

■ Les formes participatives de partenariat:

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

- Les groupements momentanés d'entreprises.

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

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

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

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

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

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

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

Chambre de Commerce – Enterprise Europe Network – Luxembourg

Tél.: (+352) 42 39 39-333

Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: een@cc.lu

OFFRES DE COOPERATION

- 1 Société roumaine, spécialisée dans la fabrication de sacs, ceintures et divers accessoires en cuir, recherche des distributeurs. (EEN-20111216033)
- 2 Société française, spécialisée dans la production de parquets et d'articles en céramique pour décoration intérieure et extérieure, recherche un distributeur actif dans le secteur du design intérieur et extérieur. (EEN-20111215046)
- 3 Société polonaise, spécialisée dans la distribution de systèmes de sécurité pour les personnes et les biens, recherche de distributeurs pour la vente de ses produits et propose ses services pour la distribution de ce type de produits en Pologne. (EEN-20111215033)
- 4 Société espagnole, spécialisée dans la fabrication de plats cuisinés et dans la charcuterie, recherche des distributeurs. (EEN-20111214045)
- 5 Société espagnole, spécialisée dans la distribution entre autres d'aliments et de boissons, propose ses services de distribution en Espagne et en Europe et recherche aussi des distributeurs dans les pays européens. (EEN-20111213017)
- 6 Société serbe, spécialisée dans la production de chocolat, bonbons et produits de boulangerie, recherche des distributeurs (EEN-20111209022)
- 7 Société grecque, spécialisée dans la technologie photovoltaïque, recherche des partenaires pour créer une joint venture. (EEN-20111208022)
- 8 Société française, spécialisée dans le design des serres de jardin, recherche des fournisseurs pour la production de cordes/fils en polyester transparent résistant. Les fils sont utilisés pour suspendre des éléments dans les serres ou mettre en place des systèmes de dépistage. (EEN-20111207008)
- 9 Société israélienne, spécialisée dans la fabrication de vannes, recherche des distributeurs dans les secteurs de l'eau, de l'agriculture et de l'industrie. (EEN-20111204001)
- 10 Société slovène, spécialisée dans la production de portes intérieures, recherche des intermédiaires commerciaux et des distributeurs. (EEN-20111202018)

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

Entreprise: _____

Numéro au RCS: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

1 2 3 4 5 6

7 8 9 10

Date: _____

Signature: _____

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International

Enterprise Europe Network – Luxembourg

L-2981 Luxembourg

Tél.: (+352) 42 39 39-373 • Fax: (+352) 43 83 26

E-mail: een@cc.lu

Textes européens publiés du 18 novembre 2011 au 10 janvier 2012

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

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

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

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

Communications publiées du 18 novembre 2011 au 10 janvier 2012

1	2011/C337E/01	Position du Conseil en vue de l'adoption d'une directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 78/660/CEE concernant les comptes annuels de certaines formes de sociétés en ce qui concerne les micro-entités
---	---------------	--

Recommandations publiées du 18 novembre 2011 au 10 janvier 2012

2	2011/C 342/01	Recommandation du Comité européen du risque systémique concernant les prêts en devises
3	2011/856/UE	Recommandation de la Commission relative aux mesures permettant d'éviter la double imposition des successions

Décisions publiées du 18 novembre 2011 au 10 janvier 2012

4	1194/2011/UE	Etablissement d'une action de l'Union européenne pour le label du patrimoine européen
---	--------------	---

Directives publiées du 18 novembre 2011 au 10 janvier 2012

5	2011/83/UE	Droits des consommateurs
6	2011/94/UE	Permis de conduire
7	2011/99/UE	La décision de protection européenne
8	2011/98/UE	Procédure de demande unique en vue de la délivrance d'un permis unique autorisant les ressortissants de pays tiers à résider et à travailler sur le territoire d'un Etat membre et établissant un socle commun de droits pour les travailleurs issus de pays tiers qui résident légalement dans un Etat membre
9	2011/96/UE	Régime fiscal commun applicable aux sociétés mères et filiales d'Etats membres différents (refonte)

Règlements publiés du 18 novembre 2011 au 10 janvier 2012

10	1214/2011	Transport transfrontalier professionnel d'euros en espèces par la route entre Etats membres dans la zone euro
----	-----------	---

BON DE COMMANDE – Textes européens – Merkur Janvier/Février 2012 • à remplir en lettres majuscules

Entreprise: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

Nous souhaitons recevoir les textes législatifs suivants:

en français en allemand

en anglais autre (à préciser) _____

1 2 3 4 5

6 7 8 9 10

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Département International

Enterprise Europe Network – Luxembourg

L-2981 Luxembourg

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

E-mail: een@cc.lu

Remise de certificats LSC

Assurer la qualité de l'apprentissage avec la «Formation pour tuteurs en entreprise»



160 lauréats de la formation pour tuteurs en entreprise ont reçu leurs certificats de participation des mains de la ministre de l'Education nationale et de la formation professionnelle, Mady Delvaux-Stehres

La Luxembourg School for Commerce (LSC) a récemment organisé la remise officielle des certificats de participation aux lauréats de la formation pour tuteurs en entreprise. A cette occasion, 160 tuteurs ont été honorés en présence de Mady Delvaux-Stehres, ministre de l'Education nationale et de la formation professionnelle.

Depuis mai 2010 la LSC, l'organisme de formation de la Chambre de Commerce, propose la formation pour tuteurs en entreprise, qui s'adresse à toute personne chargée d'encadrer et d'accompagner les apprentis en entreprise. Selon la nouvelle réglementation du droit de former, la participation à cette formation est obligatoire pour toute entreprise qui s'investit dans la formation d'un ou de plusieurs apprentis.

Lors de son allocution de bienvenue, Fernand Ernster, président du Conseil de gestion de la LSC, a félicité les lauréats pour leur investissement et leur engagement dans l'éducation de jeunes apprentis. Il a précisé que l'objectif de la formation est d'outiller les tuteurs avec des concepts pédagogiques de base, qui leur facilitent l'encadrement de l'apprenti et son évaluation pour ainsi leur permettre de mieux réussir leurs missions.

Fernand Ernster a aussi relevé que les défis qui se posent au niveau national en matière de l'apprentissage sont nombreux. C'est pourquoi la LSC, en vue d'une assurance-qualité de la formation des apprentis, a lancé deux formations faisant partie du programme d'apprentissage du diplôme d'aptitude professionnelle (DAP) «Conseiller en

vente», à savoir les formations «Culture du service» et «Connaissances de base des produits», lancées à la rentrée scolaire 2010, respectivement celle de 2011.

Mady Delvaux-Stehres, ministre de l'Education nationale et de la Formation professionnelle, a expliqué que la réforme de l'apprentissage exige que chaque tuteur sache faire une évaluation de l'apprenti basée sur les compétences à acquérir. Selon Madame la ministre, l'enseignement de cette nouvelle méthode d'évaluation à l'aide d'indicateurs et de standards fixés, est une aide précieuse pour tous les tuteurs en entreprise. De plus, Madame la ministre a relevé l'engagement de la LSC dans la mise en œuvre de la réforme de la formation professionnelle. ■

Le programme complet de la formation, ainsi que les prochaines sessions sont en ligne sur: www.lsc.lu

■ **Formation: «Tuteur/tutrice en entreprise»**
(Renforcer les compétences des tuteurs)

Groupes/Lieu Centre de Formation de la Chambre de Commerce (sauf autres indications)	Formatrice	Dates 2012			2012
		Formation pédagogique 1 ^{re} journée 8h30-17h00	Formation pédagogique 1 ^{re} journée 8h30-17h00	Formation «Evaluation compétences» 8h30-12h30	Matinée suivi 8h30-12h00
1. Luxembourgeois	Joëlle Letsch	5 mars	9 mars	29 mars	11 septembre
2. Luxbg- Commerce	Joëlle Letsch	12 mars	19 mars	26 mars	17 septembre
3. Luxembourgeois	Joëlle Letsch	16 avril	20 avril	26 avril	11 octobre
4. Luxembourgeois	Josiane Eippers	18 avril	27 avril	10 mai	18 octobre
5. Français	Marie-Laure Jacquet	19 avril	30 avril	11 mai	19 octobre
6. Luxembourgeois	Joëlle Letsch	30 avril	4 mai	10 mai	23 octobre
7. Français	Marie-Laure Jacquet	7 mai	21 mai	31 mai	9 novembre
8. Luxembourgeois à Hosingen (centre écologique)	Josiane Eippers	9 mai	23 mai	5 juin	25 octobre
9. Allemand	Joëlle Letsch	14 mai	18 mai	24 mai	6 novembre
10. Français	Marie-Laure Jacquet	4 juin	11 juin	22 juin	23 novembre
11. Luxembourgeois	Josiane Eippers	6 juin	13 juin	28 juin	8 novembre
12. Luxembourgeois à Hosingen (centre écologique)	Joëlle Letsch	11 juin	15 juin	21 juin	15 novembre
13. Luxembourgeois	Joëlle Letsch	25 juin	2 juillet	19 juillet	11 décembre
14. Français	Marie-Laure Jacquet	2 juillet	9 juillet	12 juillet	14 décembre
15. Luxembourgeois	Joëlle Letsch	3 septembre	7 septembre	20 septembre	15 janvier
16. Français	Marie-Laure Jacquet	10 septembre	17 septembre	27 septembre	1 février
17. Français	Marie-Laure Jacquet	1 octobre	11 octobre	26 octobre	8 mars
18. Luxembourgeois	Joëlle Letsch	8 octobre	15 octobre	25 octobre	7 février
19. Allemand	Josiane Eippers	10 octobre	17 octobre	23 octobre	5 février
20. Français	Marie-Laure Jacquet	5 novembre	19 novembre	30 novembre	17 mai
21. Luxembourgeois	Josiane Eippers	7 novembre	14 novembre	22 novembre	11 avril
22. Luxbg- Commerce	Joëlle Letsch	12 novembre	19 novembre	26 novembre	15 avril
23. Luxembourgeois	Joëlle Letsch	3 décembre	7 décembre	13 décembre	7 mai
24. Français	Marie-Laure Jacquet	3 décembre	10 décembre	17 décembre	7 juin

Remise de certificats

216 lauréats du programme de formation «LSC Entrepreneurship» récompensés

Le mercredi 14 décembre 2011, la Luxembourg School for Commerce (LSC) a organisé sa remise des certificats de réussite des formations donnant accès aux professions de commerçant, de transporteur ainsi qu'aux professions de l'immobilier. A cette occasion 216 lauréats ont été honorés en présence de Pierre Gramigna, directeur Général de la Chambre de Commerce.

Parmi les 216 diplômés, 56 candidats ont reçu leur certificat de réussite

aux examens des formations pour commerçants; 40 lauréats ont participé à la formation pour transporteurs et 120 participants ont désormais la possibilité de se lancer dans une profession de l'immobilier.

Ces formations sont organisées dans le cadre du programme de formation «LSC Entrepreneurship», qui reprend toutes les formations donnant accès aux professions du secteur de l'horeca, de commerçants, de transporteurs de marchandises et de voya-

geurs par route ainsi qu'aux professions de l'immobilier.

Lors de son allocution de bienvenue, Pierre Gramigna a tout d'abord félicité les lauréats pour leur engagement, leur démarche proactive et leur courage de se lancer dans l'entrepreneuriat. Il a précisé que grâce aux connaissances pratiques acquises, les lauréats disposent des premiers outils pour s'engager dans la création d'entreprise. Dans ce contexte il a aussi présenté la nouvelle structuration du programme des formations «LSC



216 lauréats du programme de formation «LSC Entrepreneurship» ont été honorés en présence de Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce

Entrepreneurship», suite à la nouvelle loi du 2 septembre 2011 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales. L'objectif de cette nouvelle loi est la simplification du droit d'établissement. La nouvelle offre est structurée en plusieurs «levels» qui se différencient par trois degrés de difficulté (initiation, perfectionnement et

expertise), adaptés aux besoins en formation du public-cible visé. Ces formations permettent aux candidats de s'initier ou de se perfectionner à la gestion d'entreprise. A côté des techniques de financement, de marketing, des ressources humaines, du droit du travail ainsi que de la fiscalité, le participant apprend à connaître les spécificités de sa profession.

Après l'intervention de Pierre Gramegna, Vincent Hieff et Laurent Koenner, conseillers auprès du Département Création et Développement des entreprises de la Chambre de Commerce, ont présenté aux lauréats les règles d'or pour réussir son projet entrepreneurial.

Le nouveau programme de ces cours se déroulera au premier semestre 2012. ■

Pour de plus amples informations: www.lsc.lu

LSC – HEC Liège

Marketing Master Class: Mieux comprendre et analyser ses marchés pour prendre de meilleures décisions stratégiques et opérationnelles

Pour la deuxième fois, la Luxembourg School for Commerce (LSC), en étroite coopération avec HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège, lancera à partir du vendredi 23 mars 2012 sa formation «Marketing Master Class» qui aborde l'ensemble de la démarche marketing dans une optique d'apprentissage à la prise de décision. Le «Marketing Master Class» fournira aux participants un

kit d'outils pratiques permettant aux décideurs en entreprise de se poser, à la fois dans les domaines stratégique et opérationnel, des questions pertinentes à utiliser dans la gestion quotidienne de l'entreprise.

La pédagogie est essentiellement basée sur la méthode des cas complétée par des exposés structurants et des échanges de «best practices» entre participants et animateurs. Les cas pratiques

porteront sur divers secteurs d'activité (industrie, services, distribution, ...) et illustreront, chacun dans ses spécificités un ou plusieurs aspects de la démarche de marketing.

La Luxembourg School for Commerce et HEC-ULg ont constitué ensemble une équipe d'experts professionnels renommés du marketing qui ont décidé de faire bénéficier les participants de leur connaissance de terrain:

■ **Le programme est composé comme suit:**

Intitulé	Dates	Jour	Horaire	Intervenants
Présentation du programme et des modalités pratiques	23.03.2012	Vendredi	18.30 – 20.30 hrs	Jean Tondeur
Les fondements du marketing stratégique Méthodologie des cas pratiques	24.03.2012	Samedi	09.00 – 12.00 hrs	Jean Tondeur
Préparation du cas pratique 1 «Jones Blair»	20.04.2012	Vendredi	18.30 – 22.00 hrs	Travail de groupe
Débriefing du cas «Jones Blair»	21.04.2012	Samedi	09.00 – 12.30 hrs	Jean Tondeur
Préparation du cas pratique 2 «Hertz»	02.05.2012	Mercredi	18.30 – 21.30 hrs	Travail de groupe
Débriefing du cas «Hertz»	05.05.2012	Samedi	09.00 – 12.30 hrs	Henri Gutmann
Préparation du cas pratique 3 «Marché de la bière au Luxembourg»	09.05.2012	Mercredi	18.30 – 21.30 hrs	Travail de groupe
Débriefing du cas «Marché de la bière au Luxembourg»	12.05.2012	Samedi	09.00 – 12.30 hrs	Eric Hieronimus
Séance théorique	26.05.2011	Samedi	09.00 – 12.30 hrs	Jean Tondeur
Préparation du cas pratique 4 «Cialis»	06.06.2012	Mercredi	18.30 – 21.30 hrs	Travail de groupe
Débriefing du cas «Cialis»	09.06.2012	Samedi	09.00 – 12.30 hrs	Jean Tondeur
Préparation du cas pratique 5 «Red Bull»	20.06.2012	Mercredi	18.30 – 21.30 hrs	Travail de groupe
Débriefing du cas «Red Bull»	23.06.2012	Samedi	09.00 – 12.30 hrs	Henri Gutmann
Présentation «Marketing stratégique et Web 2.0.»	06.07.2012	Vendredi	18.30 – 21.30 hrs	Fred Colantonio
Comment utiliser les acquis du Marketing Master Class; L'excellence opérationnelle au service de la stratégie marketing	07.07.2012	Samedi	09.00 – 12.30 hrs	Jean Tondeur

Henri Gutman

- Expérience professionnelle: GIB Group, Duracell, Marantz, Ferrero, Unilever,
- Professeur associé, Solvay Business School, ULB et chargé de cours HEC ULg.

Jean Tondeur

- Professeur associé, HEC-ULg,
- Chargé de cours, SBS-EM, ULB,
- Past-President de l'UER Marketing, HEC ULg.

Eric Hieronimus

- Pendant 12 ans, directeur marketing BOFFERDING – leader de la bière au Luxembourg,
- Depuis 2009: Responsable de l'initiative ESR chez Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (INDR).

Fred Colantonio

- Pendant 5 ans, gérant d'une agence web, print et formation

- Expert agréé RENTIC (Région Wallonne, Belgique) et spécialiste webmarketing Awex (Belgique)

La formation s'adresse aux:

- dirigeants de PME/PMI avec une expérience significative dans la gestion de leur entreprise,
- managers ayant au moins 3 ans d'expérience professionnelle souhaitant donner un essor à leur carrière en exerçant des responsabilités élargies,
- cadres en marketing désirant élargir le scope de leurs connaissances et profiter des «bonnes pratiques» développées dans d'autres secteurs d'activité,
- dirigeants et cadres d'agences en communication.

Le «Marketing Master Class» est animé en français, mais une connaissance passive de l'anglais est requise. Le droit d'inscription pour cette formation s'élève à 1.450 EUR, supports de cours et déjeuners compris. Les sessions se déroulent au Centre de Formation de la Chambre de Commerce. ■



Inscriptions en ligne sur: www.lsc.lu

Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter Muriel Morbé

Tél.: (+352) 42 39 39-235 – E-mail: muriel.morbe@lsc.lu



LSC: CATALOGUE «FPC»:

SEMESTRE I/2012

■ Formation professionnelle continue certifiante

LSC PROGRESS ⇒ FORMATIONS GENERALISTES		DATE DE DEBUT	PRIX
DOMAINES DE FORMATION			
ECONOMIE			
	Appréhender l'économie luxembourgeoise et ses spécificités	Cours du soir	28.02.2012 125 €
STRATEGIE D'ENTREPRISE			
NEW	Leading Strategies – Forger autrement ses stratégies (HEC Paris)	Cours du jour	12.03.2012 7.500 €
MARKETING ET COMMUNICATION			
	Marketing Master Class (formation de perfectionnement)	Cours du soir/Cours du jour	23.03.2012 1.450 €
INNOVATION ET CREATIVITE			
	Techniques de management de l'innovation (formation d'initiation)	Cycle de formation modulaire	
NEW	Module 2: Générer de nouvelles idées		16.02.2012 400 €
NEW	Module 3: Concevoir de nouveaux produits/services		8.03.2012 400 €
NEW	Module 4: Développer son Business Model		15.03.2012 400 €
NEW	Module 5: Réussir le lancement de ses produits/services		29.03.2012 400 €
CAPITAL HUMAIN			
Gestion et développement des ressources humaines			
NEW	Gestion des ressources humaines – perfectionnement	Cours du jour	01.03.2012 1.950 €
NEW	Politique de rémunération, vers de nouvelles approches (expertise)	Séminaire	15 + 16.05.2012 540 €
NEW	La gestion des risques liée aux ressources humaines (expertise)	Séminaire	17 + 18.04.2012 540 €
NEW	Mobilisation et engagement (expertise)	Séminaire	27 + 28.03.2012 540 €
Leadership			
NEW	Visionary Leadership (en collaboration avec Femmes Leaders Luxembourg)	Séminaire	19.04.2012 670 €
MANAGEMENT DE LA QUALITE ET NORMALISATION			
NEW	La normalisation dans le secteur de l'énergie	Séminaire	17.04.2012 200 €
NEW	Découvrez la puissance du Lean Six Sigma	Séminaire	21.03.2012 gratuit
NEW	Démystification du Lean Six Sigma	Séminaire	23.05.2012 370 €
RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE (RSE)			
Programme RSE en collaboration avec l'INDR			
NEW	Gérez la diversité de façon compétente – dans votre entreprise et au sein de votre équipe	Séminaire	28.02.2012 290 €
NEW	Promouvoir et améliorer la santé et le bien-être au travail	Séminaire	13.03.2012 290 €
NEW	Mettre en place des mesures permettant aux salariés de mieux concilier leur vie privée et leur vie professionnelle	Séminaire	22.03.2012 290 €
NEW	Favoriser une activité environnementale responsable – Le Bilan carbone	Séminaire	17.04.2012 290 €
NEW	Instaurer une politique d'achat éco-responsable	Séminaire	08.05.2012 290 €
NEW	Mettre en place des formations pour sensibiliser les collaborateurs à une gestion environnementale de l'entreprise	Séminaire	22.05.2012 290 €
NEW	Garantir un management responsable – Assurer la pérennité de l'entreprise	Séminaire	05.06.2012 290 €
NEW	Adopter un comportement de bonne gouvernance et d'éthique	Séminaire	19.06.2012 290 €
LANGUES			
Programme d'apprentissage de la langue luxembourgeoise			
NEW	Luxemburgischkurs – Modul 2 (Anfänger)	Cours du jour	05.03.2012 125 €
NEW	Cours de conversation (avancé)	Cours du jour	05.03.2012 150 €
NEW	Introduction à l'Orthographe luxembourgeoise (expertise)	Cours du jour	06.03.2012 675 €
Programme d'apprentissage de la langue russe			
NEW	Cours de russe – module 2 (formation d'initiation)	Cours du jour	28.02.2012 250 €

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

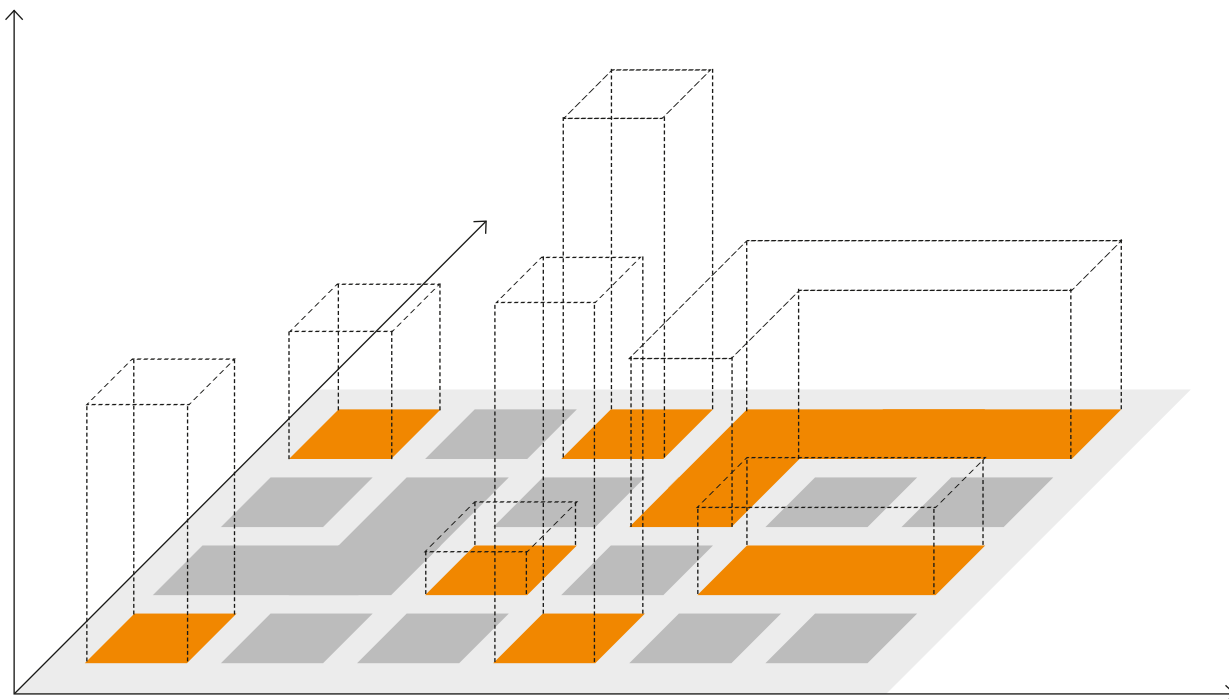
Siège: 7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg

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

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



6.500 m² modulables
pour vos conférences et réunions



6.500 m² modulables, un véritable espace de travail adaptable à la dimension de vos conférences et réunions. Idéalement placée au Kirchberg, au cœur du quartier d'affaires, la Chambre de Commerce vous offre un cadre prestigieux doté d'outils technologiques récents pour faire de vos évènements un véritable succès.

4 grandes salles de conférences

36 salles de formation

650 places de parking privé

CENTRE DE CONFERENCES

+352 42 39 39 – 240

@ events@cc.lu





Jérôme Caby est directeur Général d'ICN Business School Nancy-Metz depuis mai 2009. Auparavant, il était professeur des Universités à l'IAE de Paris, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, dont il assurait également la direction, après avoir été en poste à Nancy et Bordeaux. Il conduit des recherches et enseigne en finance d'entreprise principalement sur la création de valeur et la gouvernance des entreprises. Il a publié de nombreux articles dans des revues scientifiques, six ouvrages en tant qu'auteur ou coordinateur, assure la direction de thèses et participe à de nombreux comités scientifiques de revues. Il est directeur de collection chez Pearson Education, directeur Général d'ECRICOME depuis 2011 ainsi que membre du Cercle de l'Entreprise depuis 2006. ■

L'interview du mois

«A l'avenir les managers devront beaucoup plus régulièrement actualiser leurs compétences pour faire face à des enjeux professionnels en perpétuel mouvement», Jérôme Caby

Pour l'interview de ce mois, le Merkur a choisi d'aller à la rencontre de Jérôme Caby, directeur général de l'ICN Business School, Ecole de Management française de renommée cultivant l'excellence et bénéficiant d'une expertise confirmée en matière de gestion d'entreprise. La LSC collabore avec l'ICN Business School dans le cadre de nombreuses formations.

Merkur: Quels sont les défis auxquels se voit confrontés ICN Business School pour défendre sa position parmi les meilleures Ecoles de Commerce en France et en Europe? Quels sont, le cas échéant, les futurs projets en cours de développement?

Jérôme Caby: Confronté à une concurrence tant nationale qu'internationale de plus en plus forte, ICN Business School a défini un plan stratégique 2011-2016 qui s'appuie sur deux caractéristiques qui permettent de distinguer positivement l'Ecole:

La marque de fabrique ICN, fondée sur le développement personnel des étudiants qui s'articule sur leur accompagnement, leur ouverture à d'autres cultures (notamment au travers d'AR-

TEM, alliance de l'Ecole Nationale Supérieure d'Art de Nancy, de l'Ecole des Mines de Nancy et d'ICN Business School), et leur pratique du travail en équipe et en mode projet. Il s'agit d'une stratégie de différenciation peu courante dans le monde des écoles de management qui place la créativité au centre du message qui est communiqué aux différentes cibles d'ICN Business School. Elle consiste à conserver inchangé le cœur d'activité de l'Ecole (l'enseignement et la recherche en management) et à proposer tant aux étudiants qu'aux entreprises une valeur ajoutée fondée sur la créativité, point fort d'ICN et gage de développement pour des économies en phase de maturité comme celles de l'Europe. Elle se traduit, en termes de communication, par une nouvelle signature «Creative thinking makes the difference».

L'espace de développement géographique naturel dans un territoire qui s'étend du Luxembourg à la Suisse. Cette «grande région» comprend la Lorraine, l'Alsace, l'Allemagne, la Belgique, le Luxembourg et la Franche-Comté.

Merkur: En tant qu'une des premières Grandes Ecoles de Manage-

ment française, ICN Business School est notamment reconnue pour ses programmes d'enseignements supérieurs. Quelle importance accordez-vous au sein d'ICN Business School à la formation professionnelle continue?

Jérôme Caby: C'est un axe de développement essentiel du plan stratégique de l'Ecole. Il s'appuie sur nos fondamentaux et une longue expérience en la matière. Nous offrons des formations diplômantes (EMBA depuis 2003, Formacadre, programme diplômant pour le management intermédiaire depuis plus de 20 ans, Ecole du Coaching depuis 2006), mais aussi non diplômantes avec une offre de modules courts et des programmes sur mesure pour les entreprises. En 2011, cela correspond à près de 38.256 heures d'enseignement délivrées et près de 517 stagiaires. Cette orientation est l'expression de notre conviction qu'à l'avenir les managers (et leurs entreprises) devront beaucoup plus régulièrement actualiser leurs compétences pour faire face à des enjeux professionnels en perpétuel mouvement.

Merkur: ICN Business School collabore depuis plusieurs années avec la Luxembourg School for Commerce.

Cette coopération a abouti en 2011 à la signature d'une convention cadre qui élargi les domaines faisant l'objet du partenariat. Quels sont d'après vous les atouts de ce partenariat?

Jérôme Caby: Comme dans tout partenariat, c'est tout d'abord la confiance et la bonne volonté réciproque qui sont au cœur de la réussite. Nous avons appris à nous connaître depuis 2003 au travers de premières actions de formation continue conjointes et la signature d'une convention cadre est le signe que nous étions prêts à approfondir nos relations.

Sur le fond, dès lors que nous sommes intéressés par un développement dans un pays ou dans une région, nous recherchons systématiquement un partenaire de confiance avec qui nous pouvons collaborer dans une perspective «gagnant – gagnant» (c'est le cas en Allemagne pour notre implantation à Nuremberg avec la Grundig Akademie et INUA, en Franche-Comté avec la CCI du Doubs, au Sénégal avec l'ESC Dakar, ...). Dans le cadre de notre stratégie où la Grande Région tient une place centrale, nous souhaitons développer nos activités au Grand Duché du Luxembourg, améliorer notre visibilité et notre notoriété et la Luxembourg School for Commerce est apparu très rapidement comme notre interlocuteur privilégié.

Les atouts de ce partenariat reposent sur la très bonne complémentarité entre les deux établissements permettant d'allier une reconnaissance avérée de l'environnement socio-économique luxembourgeois, des savoir-faire en formation continue et des compétences académiques reconnues.

Merkur: Le partenariat ICN Business School – LSC lancera dès 2012 plusieurs formations du domaine capital humain, en l'occurrence des formations de niveau perfectionnement en gestion des ressources humaines, et leadership

ainsi qu'une formation certifiante en coaching. Dans quelle mesure peut-on considérer le capital humain en tant qu'axe stratégique de la gestion d'entreprise et quels sont selon-vous les défis auxquels se voient confrontés le management aujourd'hui dans ce domaine?

Jérôme Caby: Si l'on interroge des étudiants d'école de commerce sur ce que l'on devrait changer dans leur cursus, la plupart souhaite que l'on augmente les interventions des professionnels et les cours techniques car ils sont demandeurs de connaissances qui leur permettront d'être directement opérationnels pour leur premier emploi. En revanche, si l'on pose la même question à des anciens élèves, la réponse est bien différente et quasi-unanime: des cours de management des ressources humaines, de leadership, ... (les mêmes cours qu'ils considéraient comme peu intéressants, voire inutiles, lorsqu'ils étaient étudiants). En effet, au fur et à mesure qu'ils progressent dans leurs carrières professionnelles, ils s'aperçoivent que les connaissances techniques sont certes nécessaires, mais relativement aisées à acquérir, très périssables et surtout insuffisantes. Le principal problème auquel ils sont confrontés, c'est la gestion des autres, leurs collaborateurs et leurs dirigeants et là peu de connaissances «techniques» sont à leur disposition.

Merkur: Dans ce contexte, quelles sont, selon vous, les solutions que peuvent apporter lesdites formations aux dirigeants et responsables d'entreprise?

Jérôme Caby: La formation «Leadership» permet aux managers de mieux se connaître eux-mêmes dans leur posture de leader, d'améliorer leur leadership, l'encadrement de leurs équipes, leurs techniques managériales, de mieux communiquer et gérer les conflits.

La formation GRH permet, quant à elle, d'acquérir une vision globale du processus de management des ressources humaines et de développer le know-how nécessaire en vue de la mise en place d'une gestion efficace du capital humain et des compétences. La formation «coach professionnel» permet d'apporter à des managers d'entreprises et à des personnes désireuses d'en faire leur activité principale, les moyens pour bien appréhender leur posture de coach ainsi que les outils nécessaires à la pratique du coaching.

Ces formations permettent de répondre à la nécessité d'un meilleur accompagnement du changement dans les organisations d'aujourd'hui.

Merkur: Quelles sont selon vous les qualités indispensables d'un bon leader en entreprise?

Jérôme Caby: **Ethique**, la crise récente montre s'il en était besoin que l'on ne peut durablement oublier que l'on appartient à un monde où l'ensemble des parties prenantes sont importantes, où l'appât du gain ne peut être la seule motivation et où un bon leader est un leader responsable.

Vision, c'est elle qui permet de dessiner ce que pourrait être le futur souhaité d'une organisation, son ambition et un bon leader doit être capable de la construire, puis de la concrétiser avec l'aide de ses collaborateurs.

Créativité, car l'innovation est la clef du futur des organisations et que la vision doit se nourrir de la créativité pour innover. Un bon leader n'est pas simplement un bon administrateur, c'est également un homme/une femme ouvert(e) aux idées originales.

Leadership, car au delà du contenu de la vision, un bon leader doit l'incarner et être capable avec ténacité de conduire dans la même direction l'ensemble de ses collaborateurs. ■

LSC

Deuxième édition de la formation

«Appréhender l'économie luxembourgeoise et ses spécificités»

Après le succès du lancement de la formation «Appréhender l'économie luxembourgeoise et ses spécificités» en 2011, la Luxem-

bourg School for Commerce vous propose de participer à la seconde édition de la formation, qui s'adresse à toute personne désireuse de découvrir l'économie

nationale luxembourgeoise, ses mécanismes et ses enjeux.

L'objectif de ce cours du soir est de fournir de solides connaissances de base

sur la situation et les perspectives économiques du Luxembourg. Ainsi elle permettra notamment de:

- connaître les principaux atouts du Luxembourg;
- se familiariser avec les principaux secteurs d'activités déployés au Luxembourg, leur évolution et leurs perspectives;
- thématiser l'importance de l'ouverture du Luxembourg sur le développement socio-économique;
- appréhender l'évolution de l'emploi et du marché du travail luxembourgeois;

- comprendre le rôle de l'Etat dans l'économie luxembourgeoise.

A l'issue de ce cours, les participants auront pris connaissance des spécificités socio-économiques du Luxembourg, à

l'effet de faciliter le cheminement vers une meilleure intégration professionnelle au Grand-Duché. La formation sera animée en langue française et débutera le 28 février 2012. Le droit d'inscription s'élève à 125 EUR. ■

Pour plus de renseignements, veuillez contacter Doris Mulombe, responsable de formation auprès de la Luxembourg School for Commerce
Tél.: (+352) 42 39 39-225 – E-mail: doris.mulombe@lsc.lu

LSC Progress

Nouveau programme de formation: «Gestion et Développement des Ressources Humaines»

La Luxembourg School for Commerce (LSC) a développé, en étroite collaboration avec des experts RH, un programme de formation sur trois niveaux en gestion et développement des ressources humaines (GRH). Le programme cible les différents besoins des membres d'une équipe RH permettant, à chaque niveau d'expertise, l'acquisition et le développement du savoir et savoir-faire nécessaires pour mener à bien leurs missions.

La formation d'initiation en GRH s'adresse à des personnes n'ayant pas ou peu d'expérience en GRH et traite les sujets généralistes des ressources humaines, à savoir la psychologie du travail et des organisations, les bases

de la GRH, l'administration du personnel, les bases du droit du travail, le recrutement, la formation et la communication.

À un niveau plus avancé, la LSC collabore avec ICN Business School pour la réalisation d'un programme de perfectionnement abordant les ressources humaines ainsi que la gestion des compétences de façon stratégique. Ce programme cible des personnes disposant d'une expérience en GRH ou ayant participé avec succès à la formation d'initiation en GRH.

Les personnes s'intéressant plus spécifiquement aux sujets du «payroll» sont invitées à s'inscrire aux cours du soir en gestion et calcul des rémunérations.

Enfin, dans le cadre des séminaires d'expertise, la LSC offre aux spécialistes GRH la possibilité d'aborder des sujets d'actualité et d'importance managériale de leur domaine.

Le tableau ci-après reprend de façon synthétique le calendrier des formations RH programmées pour I/2012. Le programme détaillé peut être consulté sur le site www.lsc.lu.

La LSC organisera une séance d'information gratuite en date du 9 février 2012 pour présenter en détail les formations d'initiation et de perfectionnement en gestion des ressources humaines. Inscriptions en ligne sur: www.lsc.lu. ■

Formation	Format	Date début	Prix
Gestion et calcul des rémunérations (initiation)	Cours du soir	17.04.2012	200 €
Gestion des Ressources Humaines (perfectionnement)	Cours du jour	01.03.2012	1.550 €
Gestion et calcul des rémunérations (perfectionnement)	Cours du soir	20.03.2012 et 12.06.2012	200 €
Mobilisation et engagement – identifier les leviers de l'implication (expertise)	Séminaire	27.03.2012	540 €
La gestion des risques liés aux ressources humaines (expertise)	Séminaire	17.04.2012	540 €
Politique de rémunération, vers de nouvelles approches (expertise)	Séminaire	15.05.2012	540 €

Pour plus de renseignements, veuillez contacter Sylvia Ridgesprige, responsable de formation
Tél.: (+352) 42 39 39-234 – E-mail: sylvia.ridgesprige@lsc.lu

Séances de formation

LSC- Registre de commerce et des sociétés

La Luxembourg School for Commerce et le Registre de commerce et des sociétés proposent une série de séances de formation, ayant pour but d'apporter aux entreprises une meilleure compréhension des procédures de dépôt auprès du Registre de commerce et des sociétés.

Procédure de dépôt auprès du Registre de commerce et des sociétés

La séance de formation a pour objectif de préciser la procédure de dépôt auprès du RCS et d'expliquer les différents points du formulaire de réquisition relatif aux sociétés commerciales, qui sont à compléter par les déposants. Elle cible plus particulièrement le personnel des bureaux d'études de notaires, d'avocats et de fiduciaires en charge des dépôts auprès du RCS. Elle porte sur les principes généraux applicables au RCS, à savoir les généralités sur le RCS et l'enregistrement et le dépôt concomitant par le RCS.

La procédure de dépôt et de publication est expliquée par l'application de cette procédure de dépôt aux sociétés commerciales en passant en revue les différents champs des formulaires de réquisition. La séance de formation fournit des précisions

sur les informations qui sont à publier et à déposer ainsi que la forme que doivent revêtir ces informations.

Procédure de dépôt électronique auprès du Registre de commerce et des sociétés

La séance de formation a pour but d'expliquer le fonctionnement du dépôt électronique, effectué via le site internet du RCS. Sont passées en revue les dépôts de modification, d'immatriculation ainsi que les dépôts sans formulaires de réquisition. A noter que cette formation n'aborde pas le formalisme de dépôt en tant que tel, mais cible uniquement le fonctionnement purement «technique» des dépôts par voie électronique, c'est-à-dire comment établir une connexion via certificat Luxtrust et comment naviguer sur le site pour effectuer un dépôt par la voie électronique, ainsi que le suivi des demandes de dépôts.

Les questions d'ordre juridique et de formalisme de dépôt ne sont pas abordées lors de cette séance de formation.

Principes applicables au dépôt des comptes auprès du Registre de commerce et des sociétés dans le cadre du projet de la Centrale des bilans



La séance de formation est axée sur le dépôt des comptes annuels. Ainsi, la seule prestation traitée en détail durant cette formation est celle des comptes annuels déposés par voie électronique, soit dans le cadre de la Centrale des bilans et de la plate-forme électronique «eCDF», soit dans le cadre d'un dépôt classique auprès du RCS (sans passage préalable sur la plate-forme électronique «eCDF»).

Les questions d'ordre juridique et de formalisme de dépôt ne sont pas abordées lors de cette séance de formation. ■

Les séances de formation auront lieu dans les locaux de la Chambre de Commerce, 7, rue Alcide de Gasperi, Luxembourg-Kirchberg et se dérouleront en langue française. L'entrée est gratuite, mais l'inscription est obligatoire. Renseignements et inscriptions: www.lsc.lu

Réforme de la formation professionnelle

Le «Projet intégré intermédiaire» (PII)

Dans le cadre de la réforme de la formation professionnelle, les examens sont remplacés par les projets intégrés intermédiaires en entreprise. Dans les professions du secteur «Commerce» les premières épreuves des projets intégrés intermédiaires seront organisées du 1^{er} au 17 février 2012.

L'évaluation du PII a lieu après 3 semestres de formation. Le PII sera évalué de la même façon que les modules patronaux, notamment par l'intermédiaire d'une grille d'évaluation à respecter.

L'épreuve du PII peut durer au maximum 60 minutes et elle est répartie en deux phases:

- 1) Cas pratique suivi d'un entretien professionnel (Fachgespräch);
- 2) Simulation d'un entretien de vente (Kundengespräch).

Le PII étant un module à part entière, il doit être réussi afin que l'apprenti puisse participer au projet intégré final (PIF) lequel aura lieu au plus tôt après

3 années de formation (6 semestres). En cas d'échec au PII, l'apprenti est en mesure de poursuivre ses études, mais il se trouve dans l'obligation de repasser le PII lors de la session suivante. Sur avis des chambres professionnelles concernées, le

contrat d'apprentissage peut être résilié en cas d'échec au PII.

L'apprenti est évalué par les membres de l'équipe d'évaluation. Cette dernière se compose comme suit:

- 1 représentant de la Chambre de Commerce (LSC);
- 1 représentant de la Chambre des Salariés (CSL);
- 1 représentant du ministère de l'Education nationale et de la Formation professionnelle (MENFP).

En cas de réussite, l'indemnité d'apprentissage mensuelle augmentera à partir du mois qui suit la notification officielle des résultats du PII aux apprentis. ■

Pour toute information supplémentaire,
veuillez contacter la Luxembourg School for Commerce
Tél.: (+352) 42 39 39-220 – E-mail: info@lsc.lu

■ **Extrait de la grille d'évaluation pour le PII du DAP- conseiller en vente**

Anmerkungen: Bei dem Teil der Projektaufgabe wird neben den beiden obligatorischen Handlungsschritten/Kompetenzen eine selektive einbezogen und differenziert dargestellt.				
Evaluationsraster Teil I (berücksichtigt werden nur die in Evaluierung einzubeziehenden Handlungsschritte/Kompetenzen):				
Typ ¹	Kat ²	Kompetenzen	Indikatoren	Standards
O	SA	Schritte zur Bewältigung einer Arbeitsaufgabe planen Der/Die Auszubildende ist in der Lage, für die durchzuführenden Arbeiten eine Planung zu erstellen unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden Zeiten. Die Check – Liste mit der konkreten Aufgabenstellung ist vorhanden.	<ul style="list-style-type: none"> • Die zur Erledigung der Aufgaben erforderlichen Schritte werden eigenständig geplant und schriftlich festgehalten. • Die erforderlichen Dokumente: Bestellscheine, Lieferscheine, Preisangaben stehen zur Verfügung. • Aspekte der Check-Liste werden auf Stimmigkeit und Vollständigkeit überprüft. • Unstimmigkeiten und Fehler werden behoben. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Check-Liste ist sachgerecht erstellt und vollständig. • Die Check-Liste enthält keine Lücken und Unstimmigkeiten. • Die Planung ist richtig und sachgerecht. • Die Teilaufgabe wird in der zur Verfügung stehenden Zeit erledigt.
O	SA	Der/Die Auszubildende ist in der Lage, den Auftrag entgegenzunehmen und die Check-Liste (mit Aufgabenstellung) abzustimmen.	<ul style="list-style-type: none"> • Die anstehenden Fragen werden im Gespräch erörtert. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die offenen Fragen sind geklärt. • Die Klärung fand in einer konstruktiven Atmosphäre statt.
O	SA	Planung umsetzen und Aufgabenlösung durchführen Der/Die Auszubildende ist in der Lage, die geplanten Arbeitsschritte selbständig und eigenverantwortlich durchzuführen.	<ul style="list-style-type: none"> • Die Waren werden entgegengenommen und der Abgleich der Dokumente wird durchgeführt. • Die gelieferten Waren werden auf Qualität und sichtbare Mängel überprüft. • Die entsprechende Mängelliste wird erstellt. • Die Waren werden ausgezeichnet unter Berücksichtigung der Vorgaben. • Die Preisberechnungen in Bezug auf Reduzierung werden vorgenommen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Waren sind entgegengenommen. • Ein Abgleich der Dokumente hat stattgefunden. Die Vorgehensweise ist korrekt • Die Waren sind hinsichtlich ihrer Quantität und Qualität überprüft. • Die fehlerhaften Produkte sind ausgesondert. • Eine Mängelliste (Dokumentation) ist richtig erstellt. • Die Berechnungen sind korrekt. • Die Waren sind richtig ausgezeichnet.

INFPC

La crise de 2009 impacte les investissements en formation des entreprises

En 2009, tout en maintenant l'accès à la formation de leurs salariés, les entreprises réduisent le budget et les heures accordés à la formation. La période de crise ne semble pas affecter l'accès à la formation des salariés, mais plutôt les volumes horaires et finan-

ciers que les entreprises consacrent à la formation.

Une hausse de 15 % des entreprises qui sollicitent l'aide financière de l'Etat

Le nombre d'entreprises ou groupes d'entreprises qui sollicitent l'aide finan-

cière de l'Etat augmente de 15 % par rapport à 2008 (1.032 entreprises). Ces entreprises emploient 46 % des salariés de l'économie privée luxembourgeoise. Elles représentent 5 % des entreprises établies au Luxembourg et 19 % de celles de 10 salariés et plus.

L'investissement direct moyen par salarié diminue de 21 %

Pour la première fois depuis l'entrée en application de la loi sur le cofinancement et malgré un accroissement du nombre de demandes, les variables qui résument l'investissement global en formation sont à la baisse, à l'exception du nombre de participants (+3 %).

L'investissement direct en formation chute de 16 % et le nombre d'heures de formation de 15 %. L'investissement direct moyen par salarié, tous secteurs confondus, passe de 1.587 EUR en 2008 à 1.255 EUR en 2009. Le nombre moyen de formations par salarié est stable (3,6 formations), tandis que la durée moyenne des formations diminue (6,9 heures). Le resserrement des budgets alloués à la FPC par les entreprises est la conséquence manifeste de la crise économique subie de plein fouet en 2009.

39 % de l'investissement en formation dans le domaine Technique/Métiers

Le domaine «Technique/Métiers» présente la plus grande part de l'investissement (39 %), du nombre d'heures de

formation (35 %) et du nombre de participants (41 %).

L'investissement en formation diminue dans l'ensemble des domaines, à l'exception du domaine «Qualité, ISO et sécurité». Les formations de ce domaine ont été préservées en raison de leur caractère obligatoire. Les entreprises réduisent leur budget formation en limitant l'investissement dans les domaines les plus coûteux (Management/GRH).

Dirigeants et cadres, publics privilégiés pour la formation professionnelle continue

En 2009, les dirigeants et les cadres suivent plus de formations (respectivement 5 formations et 4,4 formations) que les salariés qualifiés (3,8 formations) et les salariés non qualifiés (2,7 formations).

Ceci confirme une tendance mise en évidence par d'autres études, selon laquelle la formation professionnelle continue va d'abord aux plus diplômés.

Dans la majorité des secteurs d'activité, les hommes participent, en moyenne, à un plus grand nombre de formations que les femmes.



Plus d'informations et commande de Formastat «Pratiques de formation» sur www.infpc.lu.

Le Fonds européen
d'investissement régional



Uni.lu

Accord de coopération entre l'Université du Luxembourg et le Conservatoire national des arts et métiers

En date du 19 décembre, l'Université du Luxembourg et le Conservatoire national des arts et métiers (Cnam) ont signé un accord de coopération afin d'approfondir leurs liens. La cérémonie de signature a eu lieu à l'Université du Luxembourg en présence du ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, François Biltgen, et de l'ambassadeur de France, Jean-François Terral. Le Cnam était représenté par son Administrateur général, le recteur Christian Forestier, et le Pr. Jean-Claude Bouly, directeur de l'École Management & Société et directeur du Cnam en Lorraine, et l'Université du Luxembourg par son recteur, le professeur Rolf Tarrach et par son vice-recteur organisation et relations internationales, le professeur Franck Leprévost. Par ailleurs, des représentants de plusieurs institutions et entreprises françaises et luxembourgeoises et des dif-

férentes facultés de l'Université étaient présents.

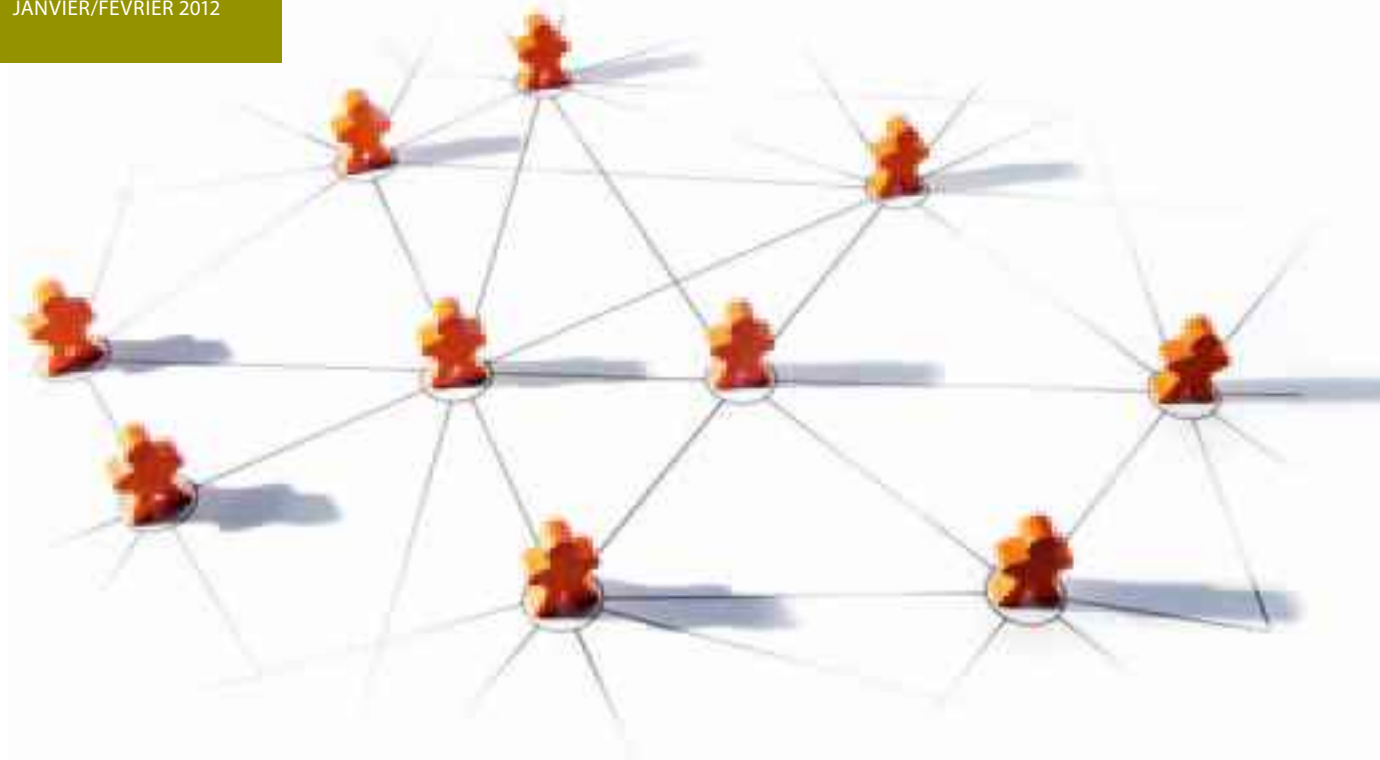
Cet accord de coopération s'inscrit dans le cadre de la volonté conjointe du Grand-Duché de Luxembourg et de la région Lorraine de faire d'Esch-Belval une zone d'attractivité européenne en matière d'activités économiques, mais également intellectuelle et sociale. La coopération concernera plus particulièrement les domaines de l'énergie, de l'efficacité énergétique ainsi que de l'informatique, notamment la sécurité informatique et la cybercriminalité.

Parmi les actions communes pourront figurer entre autres l'appui scientifique et pédagogique de l'Université du Luxembourg, la formation de formateurs aux méthodologies du Cnam, la co-diplomation et la co-certification, le développement de la formation à distance, le transfert d'ingénierie et d'expertise, la mobilité croisée des étudiants, la recherche appli-

quée, l'échange d'enseignants-chercheurs ou encore les publications et communications communes.



Le ministre François Biltgen, les recteurs Rolf Tarrach et Christian Forestier et le Vice-recteur Franck Leprévost (de g. à d.), ainsi que le directeur Jean-Claude Bouly et l'ambassadeur de France, Jean-François Terral (de g. à d., debout) lors de la signature du partenariat



Nouveau parcours

Business Initiative lance 1,2,3 GO SOCIAL

Le 24 novembre 2011, Business Initiative A.s.b.l. a annoncé le lancement du nouveau parcours 1,2,3 GO SOCIAL lors de la journée «Développement et promotion de l'Économie solidaire au service du développement durable à Luxembourg» au Grand-Théâtre de Luxembourg. Ce parcours, qui s'adresse à des entrepreneurs avec des projets à finalité sociale ou solidaire, propose un coaching gratuit dans l'élaboration du plan d'affaires, ainsi que la participation à des workshops et événements-networking. En fin de parcours, les lauréats peuvent bénéficier d'un soutien financier et d'une visibilité médiatique accrue. Les inscriptions à 1,2,3 GO SOCIAL sont ouvertes depuis le 1^{er} décembre 2011 et continuent jusqu'au 30 avril 2012.

S'intégrant dans le plan d'action pour le développement de l'économie solidaire au Luxembourg (PLES-2012) mené par le département de l'économie solidaire du ministère de l'Économie et du Commerce extérieur, le parcours 1,2,3 GO SOCIAL a plusieurs objectifs:

- faire émerger, consolider ou développer des projets innovants qui s'inscrivent dans le périmètre de l'économie sociale ou solidaire tel que promu par le ministre délégué à l'Économie solidaire au Grand-Duché de Luxembourg; une économie au service de la solidarité qui s'inscrit dans une démarche de développement durable. Une économie basée sur des projets qui conjuguent

activités économiques et finalités sociales;

- accompagner et valoriser ces projets;
- aider à l'élaboration d'un business plan social.

En plus d'un coaching personnalisé, plusieurs événements et workshops sont organisés dans le cadre du parcours 1,2,3 GO SOCIAL, permettant aux porteurs de projets d'acquérir des compétences en entrepreneuriat, d'échanger avec les experts, de multiplier les contacts professionnels et de se créer un réseau. En fin de parcours, un jury indépendant évalue les plans d'affaires déposés. Les lauréats, révélés au public lors d'une grande Soirée de Clôture qui se tiendra fin novembre 2012 à Esch-sur-Alzette,

seront récompensés par un soutien financier et une visibilité médiatique accrue.

Qu'est-ce une entreprise sociale? Selon l'AVISE (Agence de Valorisation des Initiatives Socio-Economiques), «les entreprises sociales partagent une même ambition: mettre leur projet entrepreneurial au service de l'Homme. Elles combinent leur projet économique avec une finalité sociale et/ou une gouvernance participative. Pour elles, la réalisation de bénéfices ne constitue pas une fin en soi mais un moyen au service de leur projet sociétal.»

■ Conditions de participation

Pour participer au parcours 1,2,3 GO SOCIAL, les personnes avec des projets à finalité sociale ou soli-

daire sont priées d'envoyer un e-mail à 123gosocial@cc.lu pour demander leur formulaire d'inscription.

Si le projet est accepté, les porteurs de projets peuvent recevoir un coaching gratuit pour l'élaboration de leur business plan et participer aux nombreux événements-networking organisés dans le cadre de ce parcours.

Critères d'acceptation:

- Tout participant doit être porteur d'un projet d'entreprise à finalité sociale ou solidaire qu'il souhaite créer, consolider ou développer au Grand-Duché de Luxembourg.

- Le projet doit s'inscrire dans une dynamique d'économie solidaire, c'est-à-dire qu'il doit s'agir d'un projet économique et socialement innovant, avec une finalité d'intérêt général, collectif ou sociétal.
- Le projet doit viser la création d'une entreprise, dont le siège social sera localisé au Grand-Duché de Luxembourg.
- Un des porteurs assumera le poste de gérant ou d'administrateur délégué de la future entreprise.

Par ailleurs, les projets doivent être portés par des personnes physiques ou



par des sociétés/A.s.b.l. déjà en activité, avec lesquelles les porteurs de projet développent de nouvelles activités. Il n'y a pas de restriction quant au secteur d'activités et à la structure juridique que peut revêtir le projet.

Les inscriptions à 1,2,3 GO SOCIAL sont ouvertes jusqu'au 30 avril 2012. La date limite pour le dépôt des plans d'affaires est prévue pour mi-juillet 2012

1,2,3 GO SOCIAL est soutenu par le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur Luxembourg et son département de l'économie solidaire, la Chambre de Commerce Luxembourg, la Ville d'Esch-sur-Alzette, la Fondation Tremplin sous l'égide de la Fondation de Luxembourg, l'Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte, et des partenaires bénévoles tels que Uni.lu, le CRP Tudor, Etika A.s.b.l.

MERCI À NOS PARTENAIRES, DES ENTREPRISES CITOYENNES!

NOS PARTENAIRES FINANCIERS:

MAIRIE DE CAVAL (FINANÇOR SOCIAL LUXEMBOURG)

pwc PT

IE SES+

Caratex S.A., La Luxembourgeoise, P&F

NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS:

Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur Luxembourg

Chambre de Commerce Luxembourg

Ville d'Esch-sur-Alzette

Fondation Tremplin

Fondation de Luxembourg

Œuvre Nationale de Secours Grande-Duchesse Charlotte

Uni.lu

CRP Tudor

Etika A.s.b.l.

NOS PARTENAIRES MÉDIAS:

paperjam Le Jeudi L'Économiste Tageblatt Entrepreneur

REVUE TECHNIQUE BUSINESS

Journal d'Entreprises

PIRE S2 SR1

ORGANISÉ PAR:

Fedil

my start

Venez nous rejoindre sur: www.123go-social.com

BusinessMentoring

Futurs mentors et mentorés, venez vous informer!

Lancé en février 2010, le programme de mentorat BusinessMentoring donne l'opportunité à de «jeunes» dirigeants (mentorés) de bénéficier d'un accompagnement gratuit, personnel et confidentiel, par un chef d'entreprise reconnu et expérimenté, le mentor, sur une période de 12 ou de 18 mois.

Après le lancement de deux promotions, pour un total de 19 entrepreneurs accompagnés, le programme entre aujourd'hui dans son 3^e cycle, qui sera

marqué par la tenue de comités de sélection réguliers.

Le programme, qui s'appuie sur un réseau de 26 mentors bénévoles, est également lié à un cycle événementiel public, qui est notamment ponctué de séances d'information ouvertes à tout entrepreneur établi au Luxembourg et souhaitant devenir mentor ou mentoré.

Les dirigeants désireux de recevoir le soutien d'un aîné ou de transmettre leurs acquis à d'autres entrepreneurs sont invités à participer à la seconde

séance d'information relative au programme BusinessMentoring, qui aura lieu le 19 avril 2012 de 12h00 à 13h00, à la Chambre de Commerce.

Parmi les thèmes abordés:

- Concept du mentorat;
- Déroulement du programme;
- Rôles du mentor/mentoré;
- Principes d'une relation mentorale réussie;
- Avantages et apports mutuels;
- Témoignages d'un Mentor et d'un Mentoré. ■

Participation gratuite avec inscription en ligne obligatoire jusqu'au 16 avril 2012:
www.businessmentoring.lu/inscription

La séance sera suivie d'une session de SpeedMentoring*: une occasion unique de rencontrer des chefs d'entreprise riches en expérience et de leur présenter son activité et ses motivations.

Pour plus d'informations sur les modalités de participation: info@businessmentoring.lu

* Ce concept s'adresse à des dirigeants dont l'entreprise est implantée au Luxembourg et en activité depuis au moins 6 mois à 1 an (cas de démarrage, développement ou reprise) ■

L'entreprise vécue par les générations X, Y et baby-boomers, perceptions et réalités

Dans le cadre du cycle événementiel BusinessMentoring 2012, une première table ronde publique sera consacrée à la question du management intergénérationnel. Cette manifestation d'accès gratuit en collaboration avec la FFCEL aura lieu le 29 mars 2012 de 18h30 à 20h00, à la Chambre de Commerce. Elle réunira des spécialistes de la thématique qui donneront une vue d'ensemble des différentes générations en entreprise et identifieront les défis majeurs liés au management intergénérationnel. Ces interventions seront enrichies par des témoignages de managers/entrepreneurs, qui feront part de situations vécues.

Plus d'informations à venir sur www.businessmentoring.lu
 Ouverture des inscriptions en ligne en février

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

REJOIGNEZ LA PROMOTION 2012!

PARTICIPEZ AU PROGRAMME BUSINESSMENTORING:

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

DÉJÀ 19 ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS... POURQUOI PAS VOUS?

Découvrez leurs témoignages sur www.businessmentoring.lu

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



MODALITÉS DE PARTICIPATION

Inscription et critères de sélection sur www.businessmentoring.lu
Dépôt de candidature en ligne jusqu'au **15 septembre 2012**

CONTACT

info@businessmentoring.lu
Rachel Gaessler ou Guylaine Hanus

PARCE QUE RIEN NE PEUT REMPLACER L'EXPÉRIENCE !

BusinessMentoring est piloté par la Chambre de Commerce,
garante de la méthodologie et du bon déroulement du programme.

«Les Mardis de la propriété intellectuelle» – Save the date

La propriété intellectuelle, un capital inexploité



Pour comprendre les enjeux que représente la propriété intellectuelle dans vos activités, Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, en collaboration avec l'Office de la Propriété Intellectuelle du ministère de l'Economie et du Commerce extérieur et le Centre de Veille Technologique et Normative (CRP Henri Tudor), vous invite à participer à la 5^e édition des «Mardis de la propriété intellectuelle», qui se tiendra les 6, 13, 20 et 27 mars 2012 de 18h30 à 20h00 au Centre de conférences de la Chambre de Commerce.

Au programme:
Module 1: 6 mars 2012
 (18h30 – 20h00)
Introduction à la propriété intellectuelle enregistrée et non enregistrée

- Comprendre les principes de base des droits de propriété intellectuelle enregistrée;
- Identifier la propriété intellectuelle non enregistrée (savoir-faire, procédé, base de données, ...);
- Choisir un mode de protection adapté; Didier Lecomte – *Mandataire Européen en brevets, mandataire Européen et Benelux en Marques et Dessins/Modèles – Lecomte & Partners.*

Module 2: 13 mars 2012
 (18h30 – 20h00)

Décrypter l'information contenue dans un brevet

- Trouver l'information liée aux brevets;
- Comprendre la structure d'un brevet;
- Savoir lire un brevet pour trouver les informations de base; Cyrille Dubois – *R&D Manager – Centre de Veille Technologique et Normative du CRP Henri Tudor.*

Module 3: 20 mars 2012
 (18h30 – 20h00)

Marque et nom de domaine: risques et opportunités

- Savoir protéger sa marque;
- Savoir enregistrer son nom de domaine;
- Marque et nom de domaine: des protections complémentaires? Katia Manhaeve – *Associée chez Allen & Overy Luxembourg.*

Module 4: 27 mars 2012
 (18h30 – 20h00)

Avantage fiscal lié à l'exploitation d'un droit de propriété intellectuelle: l'article 50bis

- Evaluer un droit de propriété intellectuelle;
- Comprendre les principes de base de l'article 50bis;
- Quelques exemples concrets; Cédric Rensonnet – *Expert comptable – Associé chez VO Consulting Lux SA.*

■ **Information:**

Entièrement gratuits, les modules sont ouverts à toutes les personnes intéressées par les enjeux et les outils de protection de la propriété intellectuelle. Ils vous permettront d'acquérir les bons réflexes pour protéger et exploiter vos droits de propriété intellectuelle.

Possibilité de suivre le cycle dans son intégralité ou partiellement | Présentations en langue française.

Inscriptions prochainement ouvertes. Restez informé sur www.luxinnovation.lu.

Pour plus d'informations, contactez: Luxinnovation GIE – Frédéric Melchior
 Tél.: (+352) 43 62 63 1 – E-mail: events@luxinnovation.lu

Laurent Pfister, chercheur du CRP – Gabriel Lippmann, distingué

La thèse de Laurent Pfister, soutenue à l'Université de Strasbourg en janvier 2012, a été récompensée par les félicitations du jury. Ses travaux de recherche ont permis au CRP – Gabriel Lippmann d'obtenir une nouvelle Habilitation à Diriger des Recherches dans le domaine de l'hydrologie.

Cette thèse, intitulée «Hydrological processes in the Alzette river basin», avait pour objectif d'acquérir de nouvelles connaissances sur les processus de genèse des crues et inondations à travers des approches multidisciplinaires innovantes. En effet, malgré les nombreux travaux de recherche effectués au cours des dernières décennies en matière d'hydrologie expérimentale, beaucoup de questions restent encore sans réponse en ce qui concerne l'origine, les chemins d'écoulement et les temps de résidence de l'eau dans les bassins versants. Laurent Pfister a contribué à améliorer les connaissances dans ce domaine à travers la mise en place d'un réseau d'observation hydroclimatologique moderne dans le bassin de l'Alzette, afin de réaliser une étude multi-échelle des processus hydrologiques.

Parmi les nouvelles approches introduites dans ce cadre, on peut citer par exemple l'utilisation des thermographies infrarouges pour cartographier la dynamique des zones saturées dans les plaines alluviales des cours d'eau. Une

autre approche complémentaire consiste à détecter la connection du ruissellement de surface aux cours d'eau par la recherche et l'identification d'algues terrestres dans les eaux de crue. Ces deux exemples d'approches innovantes ont contribué à réduire les incertitudes qui entourent la cartographie et la dynamique des zones saturées. Leur existence et connectivité aux cours d'eau jouent en effet un rôle primordial dans la formation des crues dans les bassins-versants. Ces travaux vont ainsi contribuer à réduire en bout de chaîne les incertitudes entourant les simulations des modèles de prévision des crues et inondations.

La soutenance de cette thèse a eu lieu devant un jury international composé de 6 scientifiques reconnus dans le domaine de l'hydrologie. Parmi eux se trouvaient, entre autres, Bruno Ambroise, directeur de recherche au CNRS de Strasbourg (FR), Niko Verhoest, professeur à l'Université de Gand (B), ou encore Remko Uijlenhoet, professeur à l'Université de Wageningen (NL).

Laurent Pfister a intégré le CRP – Gabriel Lippmann en 1995 en tant que doctorant au sein du département Environnement et Agro-biotechnologies (EVA). Il a ensuite participé à la création de l'unité «Géohydrosystèmes et aménagement du territoire» et est aujourd'hui responsable de cette équipe constituée d'une



vingtaine de chercheurs. Reconnu sur le plan international dans les domaines de l'hydrologie et de la climatologie, Laurent Pfister a été également nommé en avril dernier à la tête de la section d'hydrologie expérimentale de l'Union Européenne des Géosciences (EGU – European Geosciences Union). L'EGU est la principale union scientifique européenne en géosciences, sciences planétaires et sciences de l'espace. C'est une association internationale et interdisciplinaire sans but lucratif fondée en 2002.

**WIRTSCHAFTSAUSKÜNFT
FORDERUNGSEINZUG**

**Unternehmensspezifische
Lösungen für ein
erfolgreiches Risk-
Management**

Creditreform Luxembourg SA
Tel. 00 352 263460-1
Fax 00 352 263460-50
e-mail info@creditreform.lu

**RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX
RECouvreMENT DE CRÉANCES**

**Solutions spécifiques pour améliorer le
risk-management de votre entreprise**

seit/dépuis 1879

Creditreform

Unternehmen Sie nichts ohne uns





Evolution des données macro-économiques trimestrielles récentes

Une année 2011 en demi-teinte

Le 5 janvier 2012, le STATEC a procédé à la première estimation du **Produit Intérieur Brut (PIB) pour le **troisième trimestre 2011** et a publié des chiffres macro-économiques révisés pour les trimestres précédents. Les séries trimestrielles du PIB et des principaux agrégats sont publiées corrigées des variations saisonnières (cvs).**

Suivant ces dernières estimations, au troisième trimestre 2011, l'évolution du PIB en volume (à prix constants) a été de +0,6 % par rapport au trimestre précédent et de **+1,1 % par rapport au troisième trimestre de l'année 2010**.

Les évolutions annuelles du PIB en volume pour le quatrième trimestre 2010 et le deuxième trimestre 2011 ont été révisées à la baisse: +3,9 % au lieu de +4,2 % pour le quatrième trimestre 2010 et +0,5 % au lieu de +1,9 % pour

le deuxième trimestre 2011. Concernant l'estimation du premier trimestre 2011, elle reste inchangée: +2,9 %.

■ **Evolution économique en 2011: le taux de croissance de 2,0 % prévu pour 2011 est-il encore atteignable?**

Le tableau ci-après présente un résumé des corrections apportées par le STATEC à travers son communiqué de presse du 5 janvier 2012. Les valeurs mentionnées dans le tableau («ancienne

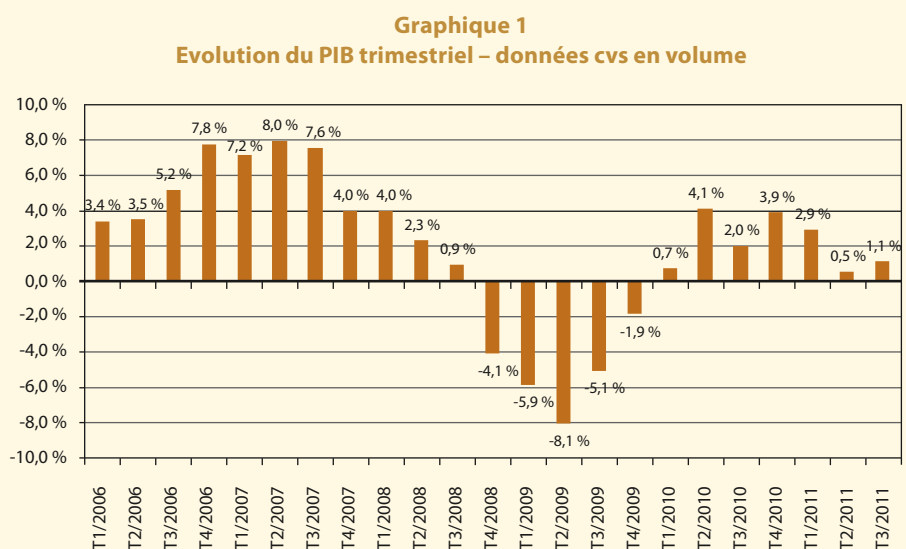
valeur»; «valeur révisée») sont relatives au taux de variation sur un an.

Au vu de l'évolution assez mitigée des trois premiers trimestres de l'année 2011 (moyenne arithmétique de 1,5 % pour la croissance économique), la Chambre de Commerce se demande si l'économie luxembourgeoise sera encore à même d'atteindre, pour l'année 2011 dans son ensemble, le taux de croissance de 2,0 % tel que prévu par le STATEC dans sa dernière note de conjoncture, publiée fin novembre

Trimestre	Ancienne valeur	Valeur révisée	Variation
T4 2010	+4,2 %	+3,9 %	-0,3 %
T1 2011	+2,9 %	+2,9 %	+0,0 %
T2 2011	+1,9 %	+0,5 %	-1,4 %
T3 2011	Non disponible	+1,1 %	-

2011. Rappelons que ce taux de croissance modeste pour 2011 fait suite à une année 2010 qui a vu une croissance modérée de 2,7 % qui, elle-même, était largement insuffisante afin de «compenser» la lourde récession enregistrée en 2009 (-5,3 %). Ainsi, les taux de croissance historiques de l'économie luxembourgeoise (croissance moyenne de 5,0 % sur la période de 1996 à 2007) semblent de plus en plus difficilement atteignables (croissance annuelle moyenne prévisible de seulement +0,1 % sur la période 2008 – 2011). L'impact se fera ressentir notamment au niveau des finances publiques et, de manière plus générale, dans le contexte du financement du modèle social dont l'équilibre financier dépend actuellement d'un taux de croissance plus élevé.

Les dernières modifications trimestrielles dûment prises en compte, le graphique ci-contre illustre la variation trimestrielle de l'économie luxembourgeoise, mesurée à travers le pourcentage de variation par rapport au même trimestre de l'année précédente et corrigée des variations saisonnières. Il en ressort que la crise, déclenchée fin 2008,



est toujours bel et bien présente et que le Luxembourg n'arrive pas – loin s'en faut – à renouer avec ses taux de croissance historiques.

■ **Le PIB selon l'approche «production»: le secteur financier sous pression ...**

Le tableau ci-après résume l'évolution de la contribution des différents secteurs d'activité à la génération du PIB.

Il en ressort notamment que le secteur phare de l'économie luxembourgeoise, c'est-à-dire le secteur financier, enregistre, depuis le premier trimestre 2011, une performance négative ou bien, en d'autres termes, que sa contribution au PIB s'inscrit, actuellement, sur une pente descendante.

■ **Tableau: PIB et valeur ajoutée par branche de production – données cvs en volume**

	Pourcentage de variation par rapport au trimestre précédent				Pourcentage de variation par rapport au même trimestre de l'année précédente			
	2010	2011	2011	2011	2010	2011	2011	2011
	4 ^e trim	1 ^{er} trim	2 ^e trim	3 ^e trim	4 ^e trim	1 ^{er} trim	2 ^e trim	3 ^e trim
PIB	1,2	0,2	-0,9	0,6	3,9	2,9	0,5	1,1
Agriculture, chasse et pêche	-1,0	7,5	-6,5	-4,2	0,8	4,5	-1,6	-4,7
Industrie y compris énergie	-0,5	9,5	-2,7	-1,1	3,4	16,3	5,9	4,8
Construction	-1,3	7,0	-4,5	0,1	4,6	9,8	0,9	1,0
Commerce, transports et communications	2,0	2,1	0,9	0,5	7,4	5,6	4,8	5,6
Services financiers	1,4	-3,9	-2,3	0,8	1,4	-4,8	-6,5	-4,1
Services immobiliers, de location et aux entreprises	4,4	-1,5	0,6	-0,3	8,6	7,2	4,7	3,1
Autres activités de services	0,3	-1,8	1,0	0,3	2,1	0,3	0,9	-0,2
Valeur ajoutée totale	1,4	0,0	-0,8	0,5	4,6	3,0	0,6	1,0

Source: STATEC (aux erreurs d'arrondis près)

Chambre de Commerce/STATEC

Avis aux ressortissants: l'enquête conjoncturelle prend une nouvelle forme



A partir du mois de février 2012, une enquête de conjoncture mensuelle remplacera l'enquête trimestrielle dans le commerce et les services. Parallèlement, le nombre de questions est substantiellement réduit et l'enquête revêtira un caractère obligatoire, et ce conformément à l'article 13 de la loi du 10 juillet 2011 portant organisation de

l'Institut national de la statistique et des études économiques (STATEC).

Depuis janvier 2005, et afin de permettre de suivre et d'analyser l'évolution conjoncturelle nationale dans les branches du commerce et des services, la Chambre de Commerce et le STATEC collaborent à la réalisation d'enquêtes de conjoncture. L'enquête de conjoncture dans le commerce et les services a consisté, pour les deux organismes, à lancer des enquêtes d'opinion communes auprès des entreprises luxembourgeoises, avec pour souci permanent de réaliser des synergies et de limiter la charge administrative de ces entreprises.

Depuis lors, le dispositif mis en place a fait l'objet d'améliorations et de simplifications, au point qu'en 2008, un questionnaire électronique a remplacé les anciens questionnaires au format papier.

Pour améliorer la qualité des données statistiques et conjoncturelles et la pertinence des prévisions économiques, les deux organismes ont décidé d'approfondir leur collaboration.

Ainsi, à partir de février 2012, une enquête de conjoncture mensuelle remplacera l'enquête trimestrielle. Parallèlement, le nombre de questions passera de dix-huit à six pour le volet «services» (plus une question supplémentaire posée tri-

mestriellement) et de dix-neuf à six dans le volet «commerce».

Afin de garantir des résultats fiables, il est important que le questionnaire soit rempli par le chef d'entreprise, ou son plus proche collaborateur décisionnaire. Le temps nécessaire pour répondre à un questionnaire est estimé à moins de cinq minutes par mois. Les enquêtes auront désormais un caractère obligatoire découlant de l'article 13 de la loi du 10 juillet 2011 portant organisation de l'Institut national de la statistique et des études économiques (STATEC).

Grâce à la précieuse collaboration des entreprises, des analyses pourront être effectuées endéans le mois de l'enquête et mettront ainsi en évidence les grandes tendances concernant la situation conjoncturelle actuelle et attendue. Ces dernières devraient intéresser non seulement les chefs d'entreprise et les conjoncturistes, mais également les décideurs économiques et politiques. De plus, les résultats mensuels extraits des questionnaires, harmonisés au niveau européen, seront transmis à la Commission européenne. Dans les prochains mois, il sera également procédé à une révision des échantillons qui devrait mener à une diminution supplémentaire de la charge administrative. ■

Paola Pierotti (Chambre de Commerce – Tél.: (+352) 42 39 39-332) et
Martine Stremler (STATEC – Tél.: (+352) 247 84215) et se tiennent à la disposition des entreprises
pour répondre à toute question relative à ces enquêtes

Banque Centrale du Luxembourg – STATEC

Les services à la rescousse d'une balance courante dont l'excédent se dégrade

Le 6 janvier 2012, la Banque Centrale du Luxembourg (BCL) et le STATEC ont annoncé que la **balance courante des trois premiers trimestres 2011 dégage un excédent**

de 2,4 milliards EUR, en chute de près de 600 millions EUR par rapport à la même période de l'année précédente (-15,8 %). Le déficit des trois balances partielles (marchandises, reve-

nus et transferts) s'est en effet accentué de plus de 1,3 milliard EUR. Seule la balance du commerce international de services s'améliore pendant les neuf premiers mois de 2011 (+737 millions

EUR), et ce notamment sous l'impulsion d'une hausse marquée des exportations de services financiers (croissance nette de 8,5 %).

Cependant, l'amélioration du solde de la balance des services ne suffit plus à neutraliser les évolutions négatives des autres balances partielles, d'où la baisse de l'excédent courant.

Sur les trois premiers trimestres 2011 les sorties nettes de capitaux atteignent 2,5 milliards EUR contre 2,6 milliards EUR sur la période correspondante de 2010. Dans les différentes composantes du compte financier, les autres investissements (prêts et dépôts classiques) enregistrent des sorties nettes de 47 milliards EUR. Ces sorties nettes sont en grande

partie compensées par des entrées nettes de 39 milliards EUR dans les investissements de portefeuille et de 5 milliards EUR dans les produits dérivés.

Les tableaux statistiques détaillés sont disponibles sur les sites Internet de la BCL (www.bcl.lu) et du STATEC (www.statistiques.public.lu).

■ Tableau: Balance des paiements du Luxembourg

Unité ¹⁾ : Millions EUR	janvier – septembre 2010			janvier – septembre 2011		
	Crédit	Débit	Solde	Crédit	Débit	Solde
COMPTE COURANT	130.976	127.976	3.000	141.702	139.295	2.407
Marchandises	9.341	12.379	-3.038.	10.334	13.821	-3.487
Services	36.808	20.409	16.399	39.045	21.909	17.136
Revenus	81.132	91.007	-9.875	88.409	98.825	-10.416
Transferts courants	3.695	4.180	-485	3.914	4.740	-826
COMPTE DE CAPITAL	32	169	-137	24	165	-141
	Avoirs	Engagements	Net	Avoirs	Engagements	Net
COMPTE FINANCIER ²⁾			-2.612			-2.481
Investissements directs ³⁾	-72.926	69.070	-3.856	-121.911	122.202	290
Opérations en capital et bénéfices réinvestis	-49.492	146.331	96.839	-85.317	92.241	6.924
Autres opérations, Prêts intragroupes	-23.434	-77.261	-100.695	-36.594	29.960	-6.634
Investissements de portefeuille	-65.397	112.073	46.676	12.922	25.854	38.776
Titres de participation	-17.328	110.199	92.871	16.329	15.636	31.965
Titres de créance	-48.070	1.875	-46.195	-3.408	10.218	6.811
Produits financiers dérivés			7.526			5.261
Autres investissements	-120.452	67.500	-52.953	-175.951	129.248	-46.703
Avoirs de réserve			-6			-105
ERREURS ET OMISSIONS			-251			215

Sources: BCL, Statec

¹⁾ Des différences peuvent apparaître en raison des arrondis

²⁾ Pour le compte des opérations financières, un signe positif indique une entrée, un signe négatif une sortie. Pour les avoirs de réserve, un signe négatif indique une entrée, un signe positif une diminution

³⁾ Pour les investissements directs, les avoirs se réfèrent aux investissements directs à l'étranger et les engagements aux investissements directs au Luxembourg

Relation Ecole-Entreprise

Les lycées Aline Mayrisch et Robert Schuman reçoivent la Chambre de Commerce

Dans le cadre de la «Relation Ecole-Entreprise», la Chambre de Commerce et la Luxembourg School for Commerce (LSC) entendent œuvrer en faveur du rapprochement du monde scolaire et du

monde économique, et ce à travers des actions de sensibilisation qui s'adressent tant aux instituteurs, enseignants et élèves, qu'aux entrepreneurs et salariés.

Dans ce contexte, il est notamment prévu de présenter aux élèves du

cycle supérieur des lycées du pays les faits saillants de l'économie luxembourgeoise. L'objectif poursuivi par ces interventions est double: il s'agit, en effet, non seulement de sensibiliser les élèves aux concepts économiques



(de g. à d. debouts) Marc Muller, Sandy Neu, professeurs en sciences économiques au Lycée Aline Mayrisch, Carlo Thelen, chef économiste de la Chambre de Commerce, Martine Meyers, professeur en sciences économiques, Constant Rathes, directeur-adjoint et Christian Delcourt, professeur en sciences économiques

de base et au fonctionnement général de l'économie nationale, mais également d'illustrer, à travers des exemples et des discussions, des concepts théoriques introduits dans le cadre des programmes scolaires. Ainsi, à l'occasion de sa visite dans les locaux du Lycée Aline Mayrisch à Luxembourg-Ville,

le 9 janvier 2012, Carlo Thelen, chef économiste de la Chambre de Commerce, a présenté, à une soixantaine d'étudiants des classes de 3^e D (sciences économiques et mathématiques) et G (sciences humaines et sociales), les principaux indicateurs macro-économiques pertinents de l'économie luxembour-

geoise, ainsi que leur évolution au fil du temps. Après avoir dressé un portrait de la Chambre de Commerce et de ses missions, Carlo Thelen a fait un tour d'horizon de l'histoire socio-économique du pays et ce, depuis son indépendance. L'exposé fut suivi d'une discussion ayant trait à l'ouverture économique du pays, et donc à la vocation européenne et l'intégration du Grand-Duché au niveau de la Grande Région. Ensuite, les étudiants ont pu se familiariser avec la notion de compétitivité et ont découvert les forces et faiblesses du site luxembourgeois. En guise de conclusion, Carlo Thelen a présenté les perspectives d'avenir de l'économie luxembourgeoise et les opportunités se présentant aux futurs diplômés sur le marché du travail.

Toujours dans la lignée de ces visites dans les établissements scolaires, Marc Wagener, conseiller au Département Economique de la Chambre de Commerce, s'était quant à lui rendu le 9 décembre dernier au Lycée Robert Schumann, où il a eu l'occasion de présenter à une classe de 2^e G les fondements de l'économie luxembourgeoise et leur évolution historique. ■

10. Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftskonferenz

Nachhaltige Mobilität – Konzepte für die Welt von morgen



Die Deutsche Botschaft Luxemburg veranstaltet in regelmäßigen Abständen mit der Handelskammer des Großherzogtums Luxemburg sowie der ahk debelux Wirt-

schaftskonferenzen zu aktuellen wirtschaftspolitischen Themen. Die nächste, **10. Wirtschaftskonferenz wird am 19. März 2012 um 10.00 Uhr** in den Räumen der Luxemburger Handelskammer (7, rue Alcide de Gasperi, 2981 Luxembourg) stattfinden. Das Thema lautet: „**Nachhaltige Mobilität – Konzepte für die Welt von morgen.**“

Der neue luxemburgische Wirtschaftsminister Etienne Schneider wird dir Wirtschaftskonferenz eröffnen.

Als Sprecher konnten ebenfalls der luxemburgischen Nachhaltigkeitsminister Claude Wiseler und der Bürgermeister der Stadt Luxemburg, Xavier Bettel, gewonnen werden. Von deutscher Seite ist Bundesumweltminister Nor-

bert Röttgen angefragt. Herr Wilfried Steffen, Leiter der Stabsstelle „Business Innovation“ der Daimler AG in Stuttgart, wird über relevant Konzepte von Mercedes sprechen.

Zu der nunmehr zehnten Konferenz dieses Veranstaltungszyklus sind interessierte Unternehmer aus Luxemburg und der Großregion herzlich eingeladen.

Weitere Informationen sind zu gegebener Zeit der Homepage der Handelskammer Luxemburg unter www.cc.lu oder der Deutschen Botschaft unter www.luxemburg.diplo.de zu entnehmen. Die Wirtschaftsabteilung der Handelskammer Luxemburg steht Ihnen bei Fragen zur Verfügung. ■

Die Anmeldung erfolgt auch über die Wirtschaftsabteilung: Tel.: (+352) 42 39 39-350 – E-mail: eco@cc.lu



Compétitivité du Luxembourg

Participation du Luxembourg à la réalisation des études internationales IMD et WEF portant sur la compétitivité

Dans le contexte des analyses structurelles annuelles sur la compétitivité internationale des pays et des classements en la matière, les entreprises luxembourgeoises seront invitées au cours des prochaines semaines à participer à deux enquêtes lancées à une échelle mondiale, en l'occurrence celle de l'institut **IMD (International Institute for Management Development, Lausanne)** et celle du **WEF (World Economic Forum, Forum Economique Mondial, Genève)**.

Par cette voie, les entreprises luxembourgeoises qui participent aux enquêtes précitées contribuent à ce que le Grand-Duché puisse figurer dans ces rapports qui ont une renommée internationale.

La première enquête qui sera envoyée aux entreprises concerne le rapport intitulé «*The World Competitiveness Yearbook 2012*» de l'IMD qui contiendra des statistiques internationales comparatives et des indicateurs de compétitivité des économies. Les indicateurs couverts par cette enquête concerneront la performance économique, l'efficacité de la gouvernance publique, celle de l'environnement des affaires et la qualité des infrastructures. Le questionnaire afférent sera adressé à un échantillon d'environ 450 entreprises installées au Luxembourg et représentatif de tous les secteurs d'activité et des différentes tailles des entreprises de l'ensemble du secteur privé, en vue de demander leur appréciation quant aux facteurs de compétitivité du Grand-Duché. Les questionnaires seront envoyés aux entreprises par la Chambre de Commerce et **le délai de réponse est fixé au 19 mars 2012**.

La seconde enquête concerne le «*Global Competitiveness Report 2012-2013*» du WEF, pour lequel il est demandé aux entreprises de donner leur appréciation quant à l'environnement socio-économique et aux facteurs influençant leur capacité d'entreprendre. L'objectif de l'enquête, auprès des chefs d'entreprise, est de rassembler des informations clés permettant d'évaluer les facteurs de compétitivité et de croissance de plus de 140 pays et d'établir des comparaisons à une échelle internationale. Les questionnaires afférents sont envoyés aux entreprises par la Chambre de Commerce et **le délai de réponse est fixé au 20 avril 2012**.

Les rapports IMD et WEF sur la compétitivité sont considérés comme des instruments de référence et de *benchmarking* en matière de compétitivité à une échelle mondiale. En termes d'image de marque et de promotion, ainsi que pour illustrer la compétitivité du site luxembourgeois par rapport à d'autres sites concurrents, il est important pour le Grand-Duché de figurer dans ces deux rapports. De telles études internationales permettent notamment de promouvoir le Luxembourg en tant que site d'implantation, mais également de souligner les facteurs structurels qui doivent être améliorés pour renforcer la compétitivité de l'économie luxembourgeoise. Ainsi, il s'agit également d'outils devant éclairer et structurer le débat politique national relatif aux facteurs de compétitivité.

Toutes les réponses seront traitées de manière strictement confidentielle. La Chambre de Commerce présentera les principaux résultats de ces études internationales dans le cadre d'un communiqué de presse et d'une publication dans Merkur (rubrique «Economie»).

Le Département Economique de la Chambre de Commerce se tient à votre disposition pour tout renseignement complémentaire: Tél.: (+352) 42 39 39-350 – E-mail: eco@cc.lu. ■

Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise

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

■ 1. Evolution des principaux indicateurs macroéconomiques

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

Source: STATEC, Note de Conjoncture 3-2011

Remarque: (1) Le PIB à prix constants, réel ou en volume est la valeur du PIB en tenant compte des variations des prix, c'est-à-dire de l'inflation. Le PIB réel a l'avantage de montrer les variations à la hausse et à la baisse dans le volume (les quantités) de la production de biens et services. C'est la valeur utilisée lorsque l'on mesure la croissance du PIB. En effet, on ne peut pas savoir uniquement en observant le PIB nominal (en valeur) si la hausse de l'indicateur provient d'une hausse des prix, d'une hausse de la production ou dans quelles proportions ces deux variations se combinent.



NOW IN LUX

1. SHOP WORLD WIDE

2. USE A BPM ADDRESS

3. WE RECEIVE, YOU PICK UP ANY

BPM.LU

Commandez auprès de sites et fournisseurs qui ne livrent pas vers Luxembourg!
Réceptionnez vos commandes même absent de votre domicile et retirez vos colis à la **BPM Parcel-Station** la plus proche - jour et nuit.

Choisissez votre BPM Parcel-Station:

BPM.LU



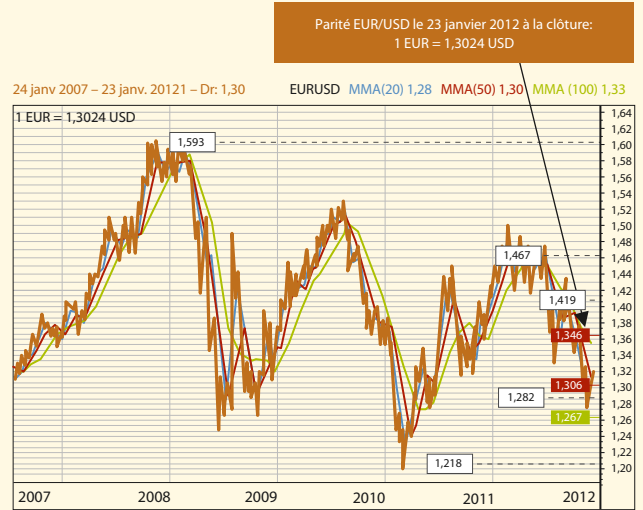
2. Repères conjoncturels pour l'économie luxembourgeoise

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



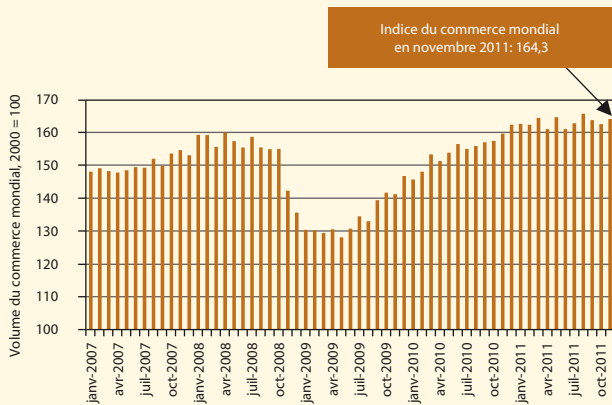
Source: www.zonebourse.com

Graphique 2 – Evolution de la parité EUR/US Dollar



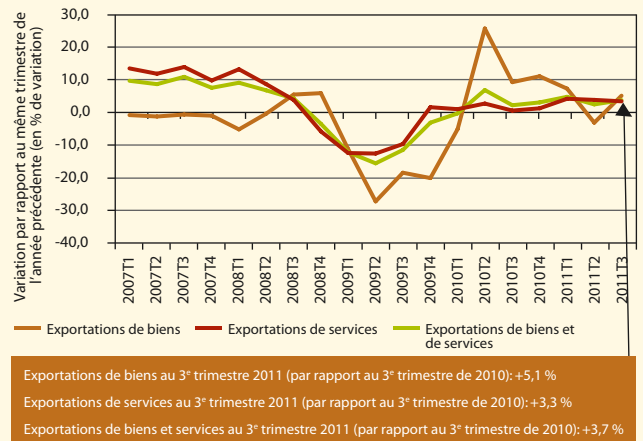
Source: www.zonebourse.com

Graphique 3 – Evolution mensuelle du commerce mondial



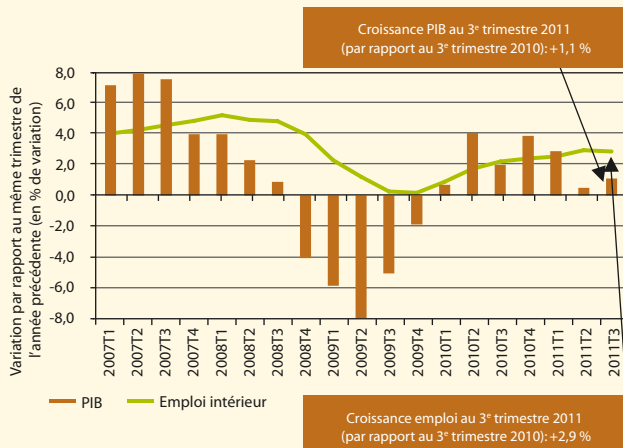
Source: Centraal Planbureau (Pays-Bas)

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



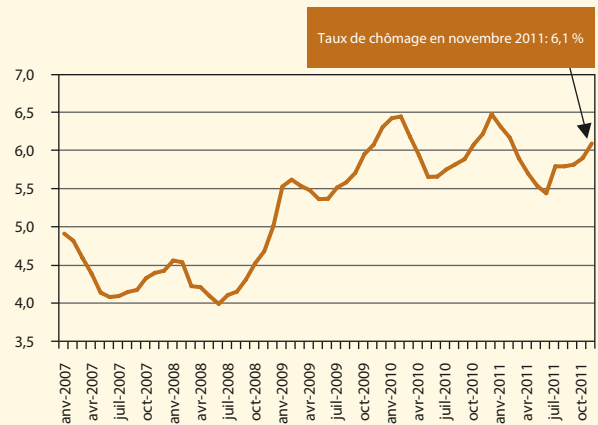
Source: STATEC

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



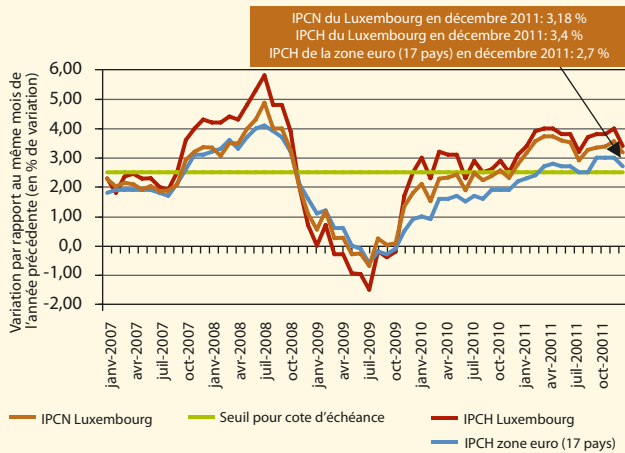
Source: STATEC

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



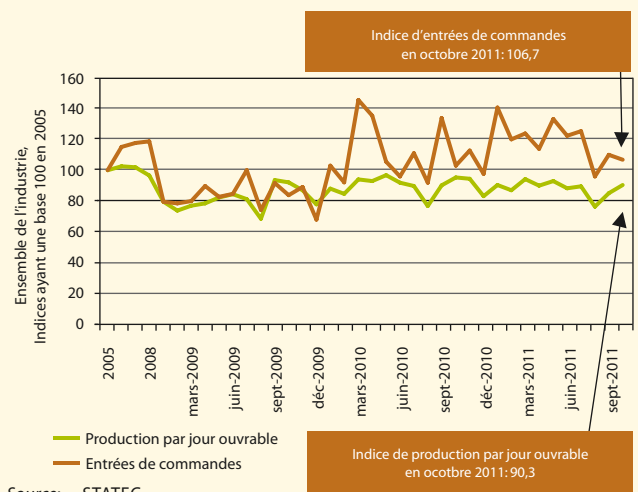
Source: STATEC

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



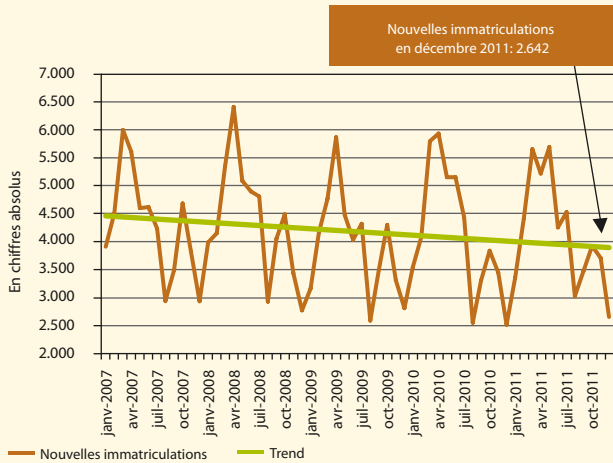
Sources: STATEC, Eurostat

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



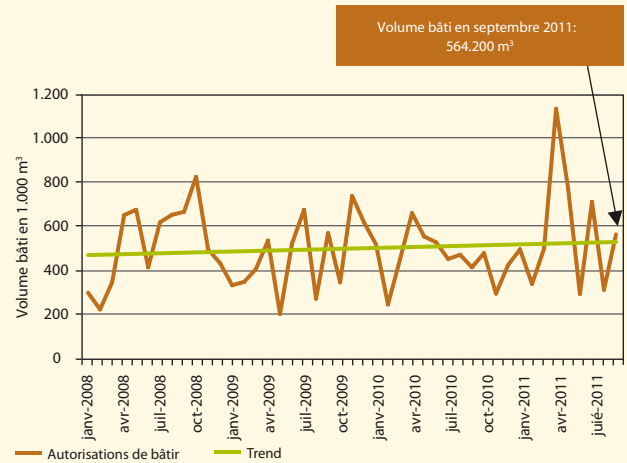
Source: STATEC

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



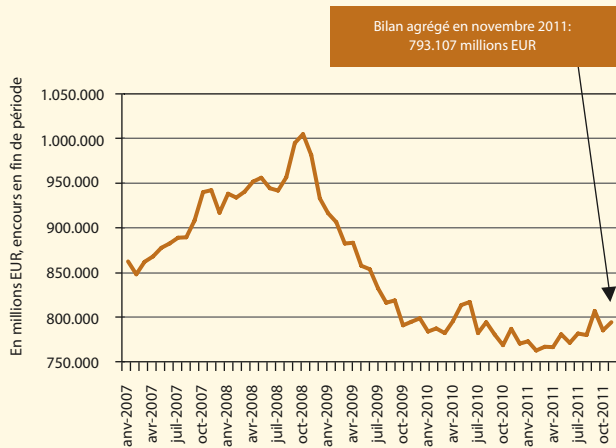
Source: STATEC

Graphique 10 – Evolution mensuelle des autorisations de bâtir



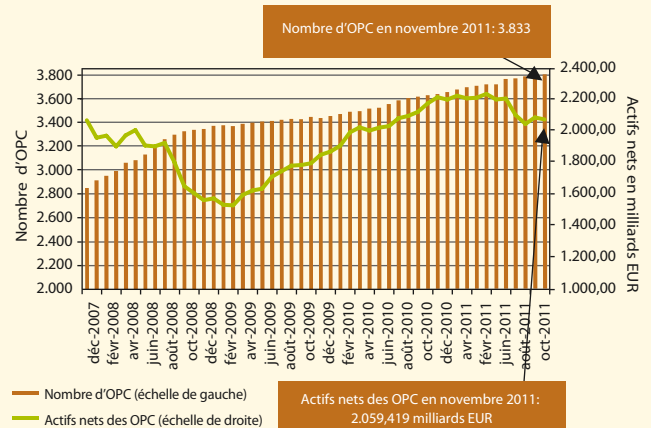
Source: STATEC

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



Source: BCL

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



Source: CSSF

Parole à un chef d'entreprise: Michèle Detaille

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

Pour chacun des indicateurs, Michèle Detaille a précisé, sur une échelle allant de 1 (situation totalement insatisfaisante) à 5 (situation excellente), sa perception des performances actuelles des différents indicateurs sous revue, ainsi que ses perspectives en termes d'évolution de la situation conjoncturelle.

■ Focus sur le secteur industriel

Nos activités d'emballage industriel et de lavage étant principalement tournées vers l'exportation, elles s'avèrent particulièrement sensibles aux paramètres de compétitivité du Grand-Duché et plusieurs facteurs impactent négativement nos activités.

Tout d'abord, l'indexation automatique des salaires et le niveau du salaire social minimum, relativement élevé, se révèlent néfastes pour nos entreprises.

Ensuite, l'inflation, qu'elle soit «importée» ou non, contribue à augmenter nos coûts de production (en termes d'énergie, de services et de fournitures achetés sur le sol luxembourgeois). Cette augmentation des prix, sur lesquelles les entreprises n'ont aucune emprise, peut difficilement être répercutée sur la clientèle étrangère, au risque de perdre des marchés.

De plus, le manque de main-d'œuvre résidente qualifiée et motivée s'avère également un frein à nos activités. L'implantation dans le nord du pays de nos entreprises nous permet de pallier ces facteurs grâce à l'embauche de travailleurs frontaliers.

Enfin, notre contribution à la croissance du PIB est largement freinée par des réglementations nombreuses, variées et contreproductives dans le domaine environnemental. Des simplifications administratives sont dès lors plus que nécessaires, au risque de voir certaines entreprises quitter le sol luxembourgeois pour les régions frontalières. ■



Michèle Detaille, administrateur délégué de No-Nail Boxes

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

Appréciation sur une échelle allant de 1 (situation totalement insatisfaisante) à 5 (situation excellente)

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



La production de l'**industrie** luxembourgeoise connaît au 3^e trimestre 2011 une évolution divergente de celle de la moyenne de la zone euro: alors que cette dernière affiche au cours de ce 3^e trimestre une progression de quelque 5 % par rapport à 2010, un repli de l'ordre de 2 % est enregistré du côté luxembourgeois. Les résultats sont peu susceptibles de connaître une amélioration significative au cours du 4^e trimestre au vu des enquêtes d'opinions dans l'industrie européenne et luxembourgeoise. Pour le Luxembourg, si les estimations pour octobre se confirment, la baisse pourrait dépasser 10 % sur un an au 4^e trimestre.

Dans ce contexte globalement défavorable, les données disponibles pour l'industrie européenne comprennent également quelques notes plus optimistes, par exemple une hausse des immatriculations de voitures particulières dans la zone euro en novembre ainsi qu'un léger redressement des commandes industrielles en octobre 2011, notamment en Allemagne. Dans ce pays voisin, les exportations ont augmenté de 2,5 % en novembre 2011 par rapport au mois précédent, alors que les importations ont diminué de 0,4 %. En 2012, les exportations allemandes devraient atteindre une nouvelle valeur record de 1.139 milliards EUR.

Selon les derniers chiffres publiés par la BCL et le STATEC, **la balance courante luxembourgeoise** des trois premiers trimestres 2011 dégage un excédent de 2,4 milliards EUR, en chute de près de 600 millions EUR par rapport à la même période de l'année précédente, en raison de l'aggravation du déficit des trois balances partielles (marchandises, revenus et transferts) de plus de 1,3 milliard EUR. Seule la balance du commerce international de services s'améliore pendant les neuf premiers mois de 2011 (+737 millions EUR), et ce notamment sous l'impulsion d'une hausse marquée des exportations de services financiers (+8,5 %). Cependant, l'amélioration du solde de la balance des services ne suffit plus à neutraliser les évolutions négatives des autres balances partielles, engendrant ainsi une baisse de l'excédent courant.

Du côté **des consommateurs**, l'indicateur de confiance établi par la BCL est resté stable en décembre 2011, à son niveau le plus bas depuis janvier 2010, bien que ses composantes affichent des évolutions contrastées puisque les anticipations des ménages concernant la situation économique générale au Luxembourg se soient quelque peu éclaircies tandis que l'inquiétude face au chômage a augmenté par rapport au mois passé, tout comme la composante relative à la capacité d'épargner des ménages.

¹ Source: STATEC, Conjoncture Flash, décembre 2011

Les Journées de l'Economie

Mercredi 8 et jeudi 9 février 2012

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
7, Rue Alcide de Gasperi - Kirchberg



© Alois Theisen

Le Luxembourg dans la Grande Région

Quelle stratégie industrielle dans le contexte économique actuel ?

Depuis 2007, les Journées de l'Economie se sont inscrites dans l'agenda de la communauté professionnelle et des décideurs du Luxembourg et de la Grande Région comme le premier événement majeur de l'année. Dans le contexte économique difficile que traverse l'Europe, cette sixième édition se veut l'occasion d'analyser en profondeur les défis mais aussi les opportunités qui se profilent.

Lors de ces deux demi-journées, des entrepreneurs, économistes et décideurs du Luxembourg et de la Grande Région réfléchiront ensemble sur les actions à entreprendre pour favoriser le développement des entreprises. Ils partageront leurs expériences et leurs points de vue sur les moteurs de l'économie luxembourgeoise tels que l'innovation et les projets de ré-industrialisation et examineront les problématiques des entreprises industrielles dans un environnement d'affaires complexe.

Agenda de la conférence

Mercredi 8 février 2012 : de 13h45 à 17h30

Ré-industrialisation et autres défis dans la stratégie industrielle actuelle

Jeudi 9 février 2012 : de 08h30 à 12h30

Les entreprises face au contexte économique actuel

M. Etienne Schneider, futur Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur et M. Claude Wiseler, Ministre du Développement durable et des Infrastructures interviendront au nom du Gouvernement du Luxembourg lors de ces journées.

Comme chaque année, les recettes issues des frais d'inscription seront entièrement reversées à une initiative soutenant le développement de l'entrepreneuriat. Pour l'édition 2012, c'est l'association 1,2,3 Go qui bénéficiera des recettes (www.123go-networking.org).

Intervenants confirmés à ce jour :

Jean-Claude Bernardini, membre du bureau exécutif, OGBL ; Robert Dennewald, Président, Fedil-Business Federation Luxembourg ; Yves Elsen, Président, FNR ; Pascal Gauthier, CEO, EPF Lorraine ; Jean-Paul Nicolai, Chef du département Économie-Finances, Centre d'analyse stratégique ; Jean Pisani-Ferry, Directeur, Bruegel ; Raymond Schadeck, Président, Commission économique, Chambre de Commerce ; Marc Solvi, Directeur Général, Paul Wurth S.A. ; Hubert Jacobs Van Merlen, CEO, IEE ; Yves Zlotowski, Economiste en Chef, COFACE.

Plus d'informations et formulaire d'inscription disponibles sur

www.economydays.lu

Date limite d'inscription : 1^{er} février 2012.

Sous le patronage de:



Conférence organisée par:



En collaboration avec:



Partenaires média:



Projets de loi soumis pour avis à la Chambre de Commerce

Nous reproduisons en annexe les projets de loi et les projets de règlements grand-ducaux dont la Chambre de Commerce a été saisie pour avis. Une copie intégrale des projets sous rubrique peut être obtenue sur simple demande auprès de la Chambre de Commerce, tél.: (+352) 42 39 39-354/332 et peut être téléchargée sur le site www.cc.lu (rubrique «Avis»).

■ Ministère des Finances

Projet de loi relative à l'activité de Family Office et portant modification de:

- la loi modifiée du 5 avril 1993 relative au secteur financier,
- la loi modifiée du 12 novembre 2004 relative à la lutte contre le blanchiment et contre le financement du terrorisme. (3917ZCH)

Projet de règlement grand-ducal portant exécution des articles 32ter et 106bis de la loi modifiée du 4 décembre 1967 concernant l'impôt sur le revenu. (3924TAN+CCH)

■ Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 21 mai 1999 relatif aux dénominations textiles (exécution dir. 2011/73).

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 1^{er} août 2001 relatif à certaines méthodes d'analyse quantitative de mélange de fibres textiles (exécution dir. 2011/74). (3918BJO)

Avant-projet de règlement grand-ducal actualisant le règlement grand-ducal du 20 décembre 1999 concernant l'établissement de l'indice des prix à la consommation-Actualisation annuelle de schéma de pondération de l'indice. (3922CCH)

Projet de loi adaptant certaines modalités d'application de l'échelle mobile des salaires et des traitements et modifiant l'article 11 de la loi modifiée du 22 juin 1963 fixant le régime des traitements des fonctionnaires de l'Etat. (3931TCA/WMR)

■ Ministère du Travail et de l'Emploi

Projet de loi portant modification du Titre III du Livre IV du Code du Travail. (3919SBE)

Projet de loi portant:

1. modification de l'article L.211-11 du Code du travail;
2. modification de la loi modifiée du 17 février 2009 portant 1. modification de l'article L.511-12 du Code de travail; 2. dérogeant, pour l'année 2009, aux dispositions des articles L.511-5, L.511-7 et L.511-12 du Code du travail;
3. modification de la loi modifiée du 11 novembre 2009 1. concernant certaines mesures temporaires visant à atténuer les effets de la crise économique sur l'emploi des jeunes; 2. modifiant certaines dispositions du Code du travail. (3920SBE)

■ Ministère de la Santé

Projet de loi complétant la loi du 6 janvier 1995 relative à la distribution en gros des médicaments ainsi que la loi modifiée du 11 avril 1983 portant réglementation de la mise sur le marché et de la publicité des médicaments. (3548bisBJO)

Projet de règlement ministériel portant adaptation au progrès technique de l'annexe III du règlement grand-ducal modifié du 30 juillet 1994 aux produits cosmétiques. (3932JRO)

■ Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Projet de loi modifiant la loi du 19 juin 2009 portant organisation de l'enseignement supérieur. (3921JJE)

■ Ministère du Développement durable et des Infrastructures – Département de l'Environnement

Avant-projet de règlement grand-ducal

- 1) portant introduction d'une aide financière aux personnes physiques et aux personnes morales de droit privé pur la promotion des voitures à personnes à faibles émissions de CO2
- 2) modifiant le règlement grand-ducal modifié du 19 décembre 2008:
 - a) modifiant le règlement grand-ducal du 5 décembre 2007 concernant l'octroi d'une aide financière aux personnes physiques pur la promotion des voitures à personnes à faibles émissions de CO2
 - b) portant introduction d'une aide financière pur la promotion des appareils électroménagers réfrigérants à basse consommation d'énergie (A++)
- 3) portant introduction d'une aide financière pur la promotion des cycles à pédalage assisté et des quadricycles électriques. (3923WMR)

Amendement gouvernemental.

Projet de loi N°6288 relative aux déchets et modifiant

1. la loi du 31 mai 1999 portant institution d'un fonds pour la protection de l'environnement;
2. la loi du 25 mars 2005 relative au fonctionnement et au financement de l'action SuperDrecksKëscht;
3. la loi du 19 décembre 2008 a) relative aux piles et accumulateurs ainsi qu'aux déchets de piles et d'accumulateurs b) modifiant la loi modifiée du 17 juin 1994 relative à la prévention et à la gestion des déchets;
4. la loi du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur. (3831bisWMR)

■ Ministère du Développement durable et des Infrastructures – Département des Transports

Projet de règlement ministériel concernant le paiement de la taxe de mise à disposition des cartes de tachygraphes. (3927JRO)

■ Ministère du Développement durable et des Infrastructures – Département des Travaux Publics

Projet de règlement grand-ducal portant institution de cahiers spéciaux des charges standardisés en matière de marchés publics et portant modification de l'article 103 du règlement grand-ducal du 3 août 2009 portant exécution de la loi du 25 juin 2009 sur les marchés publics. (3935ZCH)

■ Ministère de l'Education nationale et de la Formation professionnelle

Proposition de texte d'une loi sur l'enseignement secondaire. (3925JJE)

■ Ministère de la Sécurité sociale

Projet de règlement grand-ducal déterminant les modalités de calcul de la base de remboursement des médicaments substituables. (3926SBE)

Projet de règlement grand-ducal déterminant, en application de l'article 35 de la loi du 16 décembre 2011 concernant le budget des recettes et des dépenses de l'Etat pour 2012, les adaptations à apporter aux coefficients de la nomenclature des laboratoires d'analyses médicales et de biologie clinique et modifiant le règlement grand-ducal modifié du 19 mars 1999 concernant la nomenclature des actes et services des laboratoires d'analyses médicales et de biologie clinique pris en charge par l'assurance maladie. (3934ZCH)

■ Ministère d'Etat

Projet de règlement grand-ducal portant application de la directive 2008/114/CE du Conseil du 8 décembre 2008 concernant le recensement et la désignation des infrastructures critiques européennes ainsi que l'évaluation de la nécessité d'améliorer leur protection. (3928AAN)

■ Ministre des Affaires étrangères et de l'Immigration

Projet de règlement grand-ducal modifiant

1. le règlement grand-ducal du 26 septembre 2008 déterminant le niveau de rémunération minimal pour un travailleur hautement qualifié en exécution de la loi du 29 août 2008 sur la libre circulation des personnes et l'immigration;

2. le règlement grand-ducal modifié du 5 septembre 2008 définissant les critères de ressources et de logement prévus par la loi du 29 août 2008 sur la libre circulation des personnes et l'immigration;
3. le règlement grand-ducal modifié du 5 septembre 2008 portant exécution de certaines dispositions relatives aux formalités administratives prévues par la loi du 29 août 2008 sur la libre circulation des personnes et l'immigration. (3929WMR/SBE)

■ Ministère de la Justice

Projet de loi portant réforme de la Commission des normes comptables et modification de diverses dispositions relatives à la comptabilité et aux comptes annuels des entreprises ainsi qu'aux comptes consolidés de certaines formes de sociétés et modifiant:

- (1) le titre II du livre Ier du code de commerce
- (2) le titre II de la loi modifiée du 19 décembre 2002 concernant le registre de commerce et des sociétés ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises
- (3) la section XVI de la loi modifiée du 10 août 1915 concernant les sociétés commerciale. (3930TAN/HVN)

■ Ministère d'Etat – Médias et Communications

Projet de loi portant approbation de la Convention de Tampere sur la mise à disposition de ressources de télécommunication pour l'atténuation des effets des catastrophes et pour les opérations de secours en cas de catastrophe, faite à Tampere, le 18 juin 1998. (3933JRO)



plén K



Une pièce suffit
pour démarrer un monde meilleur



Action **carbon offset** chez ALD Automotive.

Émettez et compensez!

Compensez directement vos émissions en soutenant des projets concrets de réduction de CO₂. Comment ?

Prévoyez dans le loyer mensuel une participation de 2 euros et ALD complète avec 1 euro.

Résultat : une diminution de 5 tonnes de CO₂ ⁽¹⁾

sur la durée de votre leasing, tout bénéfique pour la planète.

Le projet carbon offset fait partie intégrante de notre programme

ALD bluefleet.

Ensemble, agissons pour une **mobilité éco-responsable.**

Tél. : 31 05 36-1 www.aldautomotive.lu

⁽¹⁾ émissions estimées pour la durée d'un contrat de leasing moyen (40 mois)



BEST GREEN HR SOLUTION
LUXEMBOURG HR AWARDS 2014



SOCIAALLY RESPONSIBLE HR
INITIATIVE AWARD
LUXEMBOURG HR AWARDS 2014



partenaire en carbon offset



LET'S DRIVE TOGETHER

Entreprises en difficulté

Prolongation des mesures temporaires en faveur de l'emploi



La Loi du 16 décembre 2011 (*Mémorial A n° 260 – portant 1. modification de l'article L. 211-11 du Code du travail; 2. modification de la loi modifiée du 17 février 2009 portant 1. modification de l'article L. 511-12 du Code du travail; 2. dérogeant, pour l'année 2009, aux dispositions des articles L. 511-5, L. 511-7 et L. 511-12 du Code du travail; 3. modification de la loi modifiée du 11 novembre 2009 1. concernant certaines mesures temporaires visant à atténuer les effets de la crise économique sur l'emploi des jeunes; 2. modifiant certaines dispositions du Code du travail*) prolonge pour l'année 2012 différentes mesures visant à lutter contre les effets de la crise.

L'employeur peut ainsi bénéficier de différentes mesures en faveur de l'embauche ou de la sauvegarde des emplois existants, en matière notamment: de période de référence dans le cadre d'un plan d'organisation du travail; de chômage partiel; d'emploi des jeunes.

■ Chômage partiel conjoncturel

Jusqu'au 31 décembre 2012, le chômage partiel peut également être accordé aux entreprises n'appartenant pas à un secteur déclaré en crise lorsque l'entreprise:

- se trouve confrontée à une réduction **d'au moins 40 % du temps de travail;**
- dispose soit **d'un plan de maintien dans l'emploi homologué**, soit d'un accord entre partenaires sociaux au niveau approprié.

Exceptionnellement, jusqu'en 2012, le Fonds pour l'emploi prend en charge les cotisations patronales de sécurité sociale pour les entreprises qui recourent au chômage partiel depuis 6 mois à partir du mois d'août 2010 si le nombre **d'heures perdues par mois dépasse 25 %** de la durée de travail normale. De 2009 à 2012, l'entreprise peut, au besoin, demander aux salariés de **chô-**

mer plus de 50 % des heures normales de travail par mois.

Néanmoins, la **moyenne des heures chômées sur un an** par chaque salarié ne doit **pas excéder 50 %** par mois, sans pour autant qu'une compensation d'une année à l'autre ne soit possible.

De fait, de 2009 à 2012, la durée maximale du chômage partiel est de 1.038 heures par année (soit environ 130 jours par année). Le chômage partiel peut ainsi être accordé pendant tous les mois.

L'entreprise qui a eu recours au chômage partiel et dont un salarié aurait été placé en chômage partiel à 100 % pendant les 6 premiers mois sera considérée comme étant en chômage partiel de source conjoncturelle pour les 6 mois qui suivent. L'interdiction de licencier pour raison économique s'appliquera donc sur toute cette période, sous peine de devoir rembourser les indemnités touchées.

■ Heures chômées

Exceptionnellement, de 2009 à 2012, l'Etat prend également en charge **les 16 premières heures chômées** (8 heures pour un mi-temps).

Les salariés qui, pendant les heures chômées, participent à des programmes de formation professionnelle continue, bénéficient d'une indemnité de chômage partiel de 90 % du salaire normalement perçu.

Jusqu'en 2012, l'entreprise a la possibilité de recruter un jeune en vue de lui donner une expérience pratique dans le cadre:

- d'un contrat d'initiation à l'emploi (CIE) – jeune diplômé ou non;
- ou d'un contrat d'initiation à l'emploi – expérience pratique (CIE-EP) – réservé aux jeunes diplômés.

Pour en savoir plus: www.guichet.public.lu, www.legilux.lu

Contribuez vous aussi à l'étude sur les charges administratives en matière de TVA

Conscient de l'effort fait par les entreprises et dans le but d'optimiser l'environnement administratif de celles-ci, le Département de la Simplification administrative du ministère d'Etat, avec l'accord de l'Administration de l'Enregistrement et des Domaines, a mandaté PwC pour mener une étude concernant les charges administratives liées aux principales procédures en matière de TVA. Cette étude a pour but d'obtenir un aperçu de leur poids pour les différents secteurs de l'économie luxembourgeoise et d'identifier des pistes de simplification administrative.

Afin d'estimer ces différentes charges, un échantillon représentatif de l'économie luxembourgeoise a été déterminé et des entretiens auprès de différents acteurs ont été menés, afin

de collecter des données quantitatives et qualitatives ainsi que des remarques plus générales.

Afin de compléter et de valider ces premiers enseignements, un questionnaire ouvert à tous les assujettis sera prochainement mis en ligne. Chacun peut y participer pour témoigner de sa situation et apporter ses suggestions.

Les réponses pourront rester anonymes et toutes les données seront traitées dans la plus grande discrétion sous la supervision du Département de



la Simplification administrative et ne seront pas communiquées à des tiers. ■

Le questionnaire sera disponible dès la mi-février 2012 à l'adresse suivante:
www.pwc.lu/etude-DSATVA

Ressources humaines

Assurance accident: taux de cotisation 2012

Depuis le 1^{er} janvier 2011, les entreprises ne cotisent plus à l'assurance accident en fonction de la classe de risque applicable à leur activité principale, mais selon le **taux de cotisation unique de 1,15 %**.

Ce taux est fixé annuellement par l'Association d'Assurance contre les Accidents (AAA) et approuvé par règlement ministériel. Il vient d'être reconduit pour l'exercice 2012.

Les cotisations de l'assurance accident sont **intégralement** à la charge de l'employeur. ■

Pour en savoir plus:
www.guichet.public.lu
www.legilux.lu



Campagne de mise à jour des dossiers du Registre de Commerce (RCSL)



Le gestionnaire du RCSL a lancé en décembre 2011 une campagne de mise à jour de ses dossiers.

Dans une première étape, quelque 5.000 entreprises sont dans l'obligation de procéder à la mise à jour des informations et données inscrites dans la banque de données du RCSL, conformément aux dispositions de l'article 103 de la loi modifiée du 19 décembre 2002 concernant le registre de commerce et des sociétés, ainsi que la comptabilité et les comptes annuels des entreprises.

Toutes les sociétés immatriculées au RCSL avant 2003 feront, à fur et à

mesure, au cours de l'année, l'objet d'un courrier de demande de mise à jour. Les 5.000 entreprises contactées lors du premier envoi ne sont donc pas les seules concernées par cette mesure.

Les entreprises ont été appelées via courrier à procéder à la mise à jour des données de leur dossier tenu auprès du RCSL y compris, le cas échéant, celles de leurs succursales éventuelles.

La mise à jour des informations inscrites au RCSL, en application des dispositions légales en vigueur, est à effectuer par voie électronique, endéans 60 jours calendaires à compter de la réception du courrier de la part du

RCSL, sur le site internet du RCSL (www.rctl.lu/rubrique «Formalités en ligne»).

Pour consulter cette rubrique, les entreprises doivent disposer d'un certificat électronique Luxtrust, certificat dont l'acquisition peut se faire auprès de l'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce.

A l'heure actuelle, un nombre important d'entreprises n'a pas encore procédé à la vérification des données telles qu'enregistrées auprès du RCSL et, le cas échéant, à leur mise à jour.

Le RCSL nous informe qu'il relancera une dernière fois les entreprises en souffrance de réponse début février.

Nous vous informons qu'à défaut de mise à jour des données et informations de votre dossier, des conséquences administratives ou judiciaires pourront, le cas échéant, en résulter:

- d'une part, le RCSL procédera à la radiation d'office de toutes les personnes immatriculées dont aucun dépôt n'a été effectué depuis dix ans auprès du RCSL en application de l'article 18, dernier alinéa du règlement grand-ducal modifié du 23 janvier 2003 portant exécution de la loi du 19 décembre 2002;
- d'autre part, en cas de constat de manquement grave par rapport au droit des sociétés, le dossier des entreprises concernées devra être communiqué aux autorités judiciaires.

Ceci pourra alors entraîner l'ouverture d'une procédure de liquidation judiciaire de l'entreprise défaillante.

Le RCSL ne procédera d'ailleurs plus à aucun avertissement additionnel en la matière.

Il est donc chaudement recommandé aux entreprises visées de prendre cette campagne très au sérieux. ■

L'Espace Entreprises de la Chambre de Commerce – Tél.: (+352) 42 39 39-330 –E-mail: entreprises@cc.lu
se tient à la disposition des entreprises pour les aiguiller dans ces démarches

La maîtrise absolue des courbes. Grâce à une précision maximale.

Le nouvel Actros. La nouvelle dimension de la dynamique de conduite.

Monter à bord, démarrer, apprécier – le nouvel Actros vous offre une expérience de conduite inédite. Découvrez ses nouvelles motorisations, qui se distinguent par leur puissance et leur impressionnante régularité de marche. Sa direction ultraprécise pour maîtriser en toute sécurité même les situations critiques. Et le nouveau train de roulement, imperturbable face aux irrégularités de la route. Disponible maintenant chez votre distributeur Mercedes-Benz et sur www.mercedes-benz.lu/le-nouvel-actros



Une marque du groupe Daimler



Mercedes-Benz
Trucks you can trust

Mercedes-Benz Luxembourg S.A.

Mercedes-Benz Leudelange – 3, rue Nicolas Brosius, L-3372 Leudelange, Tél.: 26 37 26-1

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

Union des Entreprises Luxembourgeoises – UEL

Asseoir durablement le modèle économique et social du Luxembourg – Enjeux et propositions



Lors d'une conférence qui s'est tenue début janvier, Michel Wurth, président de l'UEL, a esquissé les enjeux d'avenir du Luxembourg dans un contexte international et européen complexe et difficile. Il a présenté les propositions de l'UEL qui s'articulent autour de 4 thèmes prioritaires devant contribuer à mettre en œuvre les réformes structurelles qui s'imposent pour préserver le modèle économique et social du pays:

- une économie et des entreprises performantes;
- un marché du travail efficient;

- une politique de redistribution équitable;
- des finances publiques saines.

Certaines de ces propositions ont été soumises par l'UEL dans le cadre des discussions tripartites de 2011. Michel Wurth a, par la même occasion, donné l'appréciation de l'UEL des mesures décidées par le Gouvernement en décembre dernier.

La présentation faite à l'occasion de cette conférence ainsi que la position connexe de l'UEL sont téléchargeables du site www.uel.lu.

Communiqué par l'UEL ■

Fedil

Les décisions prises par le Gouvernement ne constituent pas une réponse appropriée aux problèmes auxquels le pays est confronté

Le conseil d'administration de la Fedil – Business Federation Luxembourg, dans sa dernière réunion de 2011, s'est livré à une première analyse des décisions prises par le Gouvernement, suite à l'échec des récentes discussions tripartites.

De l'avis de la Fedil, ces décisions sont largement insuffisantes pour redresser

la situation compétitive des entreprises luxembourgeoises, surtout de celles confrontées à une concurrence internationale très forte, et pour retrouver le chemin de la croissance et du plein emploi.

Malgré la modulation de l'échelle mobile des salaires, la dynamique de l'accroissement du coût salarial restera entière et l'écart par rapport à nos pays

concurrents se creusera davantage. Y a-t-il lieu de rappeler à cet égard que le coût d'une tranche indiciaire est de plus de 400 mio EUR/année pour l'économie privée. S'y ajoutera, à partir de 2013, le coût de l'adaptation du salaire social minimum annoncée par le Gouvernement.

En rapport avec le fonctionnement du marché du travail, la Fedil salue la décision du Gouvernement d'alléger les dispositions légales en relation avec le contrat de travail à durée déterminée. Elle regrette toutefois que cette décision se limite aux revenus les plus élevés. Par conséquent, elle n'aura qu'un impact très limité sur les entreprises et ne constitue en rien un élément pour permettre le maintien de l'emploi et faciliter l'insertion de demandeurs d'emploi.

La Fedil se doit donc de constater que les décisions prises par le Gouvernement ne constituent pas une réponse appropriée aux problèmes fondamentaux auxquels le pays est confronté. Elle rappelle dès lors l'urgence de procéder à des réformes structurelles – de préférence en concer-



Robert Dennewald, président de la Fedil, Nicolas Soisson, directeur

FORUM DE LA SÉCURITÉ & DE LA SANTÉ AU TRAVAIL



LE MARDI 24 AVRIL 2012 À LUXEXPO

Les organisateurs et partenaires du **Forum de la sécurité et de la santé au travail** ont le plaisir de vous inviter à son édition 2012 le **24 avril** à **Luxexpo**, Luxembourg-Kirchberg. Organisé dans le cadre de la Journée mondiale de la sécurité et de la santé au travail, le forum offre une plateforme unique aux entreprises souhaitant partager leurs expériences, bonnes pratiques ou s'informer des nouveautés en matière de prévention des risques. Les entreprises auront l'occasion de présenter leurs activités dans les domaines de la sécurité et de la santé au travail sur des stands qui seront mis à leur disposition et de communiquer leurs bonnes pratiques dans le cadre d'ateliers spécialement prévus à cet effet.

Exposants et organisateurs de workshop, inscrivez-vous dès maintenant et **avant le 15 mars 2012** au forum.

Pour **les visiteurs**, les inscriptions sont ouvertes jusqu'au jour même de l'événement. Les détails concernant votre participation et le programme du 24 avril sont disponibles sur le site:

www.securite-sante.lu



**Sécurité
& santé
au travail**

www.securite-sante.lu

tation avec les partenaires sociaux – pour redresser la situation compétitive des entreprises, pour améliorer le fonctionnement du marché du travail, pour combattre le chômage et pour retrouver l'équilibre des finances publiques.

Ces réformes sont d'autant plus urgentes que le pays traverse actuellement la plus grave crise économique de l'après-guerre. Tous les secteurs souffrent de la dégradation du climat des affaires et des conséquences de la crise de la dette sou-

veraine. De plus, la crise de confiance qui s'est installée depuis la mi-2011 conduit à des perspectives de croissance à court et moyen termes qui restent très défavorables.

Communiqué par la Fedil ■

Ordre des Experts-Comptables (OEC)

Pierre Lentz, nommé président

L'OEC a pris acte, en décembre dernier, de la décision d'Eric Collard et de Marc Meyers de mettre fin à leur mandat de membre du conseil de l'OEC en raison de la réorientation de leur carrière vers le secteur financier. Conformément à la loi modifiée du 10 juin 1999 portant sur l'organisation de la profession d'expert-comptable, le conseil de l'OEC a coopté Stephan Tilquin et Eric Wilhelm en

remplacement de Marc Meyers et Eric Collard, jusqu'à l'élection du prochain conseil lors de l'assemblée générale de l'OEC, le 14 juin 2012. Pierre Lentz est nommé président de l'OEC en remplacement de Marc Meyers.

Le nouveau conseil de l'OEC ainsi constitué le 13 décembre, a remercié chaleureusement Eric Collard et Marc Meyers pour leur engagement et leurs responsabilités au sein de l'OEC, ainsi

que pour leurs contributions aux travaux du Conseil et au rayonnement de la profession.

Le conseil de l'OEC se compose actuellement comme suit: Pierre Lentz, président; Gernot Kos, Vice-président; Robert Fischer, secrétaire général; Dominique Robyns, trésorier; Stephan Tilquin, Luc Trivaudey, Eric Wilhelm, membres.

Communiqué par l'OEC ■

Nouvelle association

L'ALCA voit enfin le jour

Durant les trois dernières années, un certain nombre de centres d'affaires se sont créés au Luxembourg, connaissant des fortunes diverses par ces temps de crise, mais renforçant l'offre initiale et surtout prouvant que la demande de surfaces locatives assortie de prestations de services reste forte sur le marché.

L'Association Luxembourgeoise des Centres d'Affaires, ALCA, vient de voir le jour avec pour objectif, l'établissement d'une collaboration renforcée entre les différents acteurs de l'immobilier professionnel en centres d'affaires au Luxembourg.

Elle permettra de mieux connaître l'offre actuelle et d'optimiser en synergie positive les propositions faites aux entrepreneurs locaux ou étrangers désireux d'établir leur base à Luxembourg, en leur offrant une palette encore plus complète en terme d'image et de surfaces, pour faire le meilleur choix, celui qui reflètera l'esprit de leur société. A l'origine de cette initiative dynamique, trois des centres d'affaires les plus renommés de Luxembourg: Atéac, Office City et Seed Box, qui non seulement pérennisent leur savoir-faire, mais s'efforcent aussi aujourd'hui de diversifier, autant que faire ce peut, les pres-

tations de services personnalisées auprès de leur clientèle, permettant à chacun de faire «la différence» et ainsi de renforcer de manière efficace l'offre luxembourgeoise en la rendant plus visible et attractive pour les investisseurs.

Le siège de l'ALCA, au 5, rue Jean Monnet à Luxembourg dans les locaux d'Office City, a été officiellement inauguré à la fin du mois de janvier en présence de nombreuses personnalités des centres d'affaires luxembourgeois, de différents partenaires économiques et sociaux et de membres de la presse.

Communiqué par l'ALCA ■

IRE

Réforme de la profession: les réviseurs d'entreprises souhaitent que la Commission européenne reconsidère ses propositions

L'Institut des réviseurs d'entreprises (IRE) a pris connaissance des propositions de réforme de la profession de l'audit que la Commission européenne a publiées en novembre

dernier. Par ces propositions, un règlement et une directive, la Commission européenne entend renforcer le rôle sociétal des auditeurs externes, la qualité des audits, les règles d'indépendance, la

diversité sur un marché concentré et la protection des investisseurs.

L'IRE reconnaît la nécessité de continuer à débattre du rôle de l'auditeur externe qui doit évoluer pour mieux

répondre à l'intérêt public, aux besoins des entreprises et des investisseurs. L'IRE soutient pleinement ces échanges avec toutes les parties intéressées en encourageant vivement la Commission européenne à maintenir le dialogue au-delà de la mise en œuvre de la réforme.

L'IRE note à cet égard que les propositions contenues dans le projet de directive et de règlement ne prennent pas en compte les prises de position exprimées suite à la publication du Livre Vert: ces prises de position émanant non seulement de la profession, mais également des régulateurs et des responsables d'entreprises, montraient une opposition claire aux mesures qui sont développées ci-après.

L'IRE accueille favorablement certaines des propositions de la Commission européenne telles que le renforcement du rôle des comités d'audit, l'harmonisation des normes d'audit basée sur les normes internationales d'audit, un meilleur dialogue entre auditeurs d'institutions financières et les autorités de supervision du secteur financier et une coopération accrue entre les autorités de supervision publique de la profession de l'audit.

Toutefois, force est de constater que certaines propositions de la réforme de la Commission ne vont pas contribuer au renforcement du rôle sociétal des auditeurs externes, de la qualité des audits et de la protection des investisseurs.

Certaines propositions conduiront à une concentration accrue du marché de l'audit préjudiciable aux entreprises, ainsi qu'aux cabinets de révision de moindre taille. Ces propositions ajouteront des coûts financiers et administratifs aux entreprises sans valeur ajoutée. Ainsi la Commission européenne va à l'encontre de ses propres initiatives visant la simplification administrative des entreprises et, en conséquence, leur compétitivité.

Il est également à noter que la directive de 2006 sur le contrôle légal des comptes a été transposée en droit national des différents Etats membres récemment. Cette directive a déjà introduit des réformes majeures ayant pour objectifs de renforcer le rôle sociétal des auditeurs externes, la qualité des audits et la protection des investisseurs dont les impacts n'ont pas été mesurés afin d'en tenir compte dans la réforme actuelle proposée.

Parmi les mesures affaiblissant le rôle sociétal des auditeurs et la qualité des audits citons notamment:

- la rotation obligatoire des cabinets de révision: des études ont démontré que les risques de non détection d'une anomalie significative ou d'une fraude sont plus importants lors des premières années d'un mandat. Or la période de rotation prévue de 6 ans est trop courte pour permettre à l'auditeur de bénéficier pleinement de l'expérience acquise pour réduire ce risque à un niveau acceptable. Ces mêmes études ont également démontré que les entreprises soumises à un tel régime ont tendance à retenir les services d'un cabinet de taille plus important que le précédent auditeur contribuant ainsi à la concentration du marché de l'audit.
- la séparation des activités audit et non audit: l'interdiction de la prestation de services non audit ne répond pas de façon appropriée à la question de l'indépendance de l'auditeur ni ne réduit la concentration du marché de l'audit. Cette proposition va à l'encontre des besoins des entreprises à bénéficier d'un audit de qualité, qui nécessite le recours à des experts pointus notamment dans le domaine de la fiscalité, de l'évaluation ou des systèmes informatiques. Il suffit de prendre connaissance des réponses des entreprises à la consultation sur le Livre Vert pour le constater.

La proposition qui prévoit la création de cabinets «pur» audit réduira la capacité de ceux-ci à conserver et développer les compétences requises dans un environnement globale de plus en plus complexe. La profession risque également de se concentrer davantage car certains cabinets se détourneront de l'audit et préféreront réorienter leur stratégie vers le conseil. Le renforcement du rôle du comité d'audit dans la sélection de l'auditeur et l'évaluation régulière de la nature et du volume des prestations non audit sont des propositions qui sont suffisantes pour garantir l'indépendance de l'auditeur.

De plus, la Commission européenne propose d'introduire un passeport européen pour les contrôleurs légaux des comptes afin d'accroître la mobilité de ces professionnels au sein de

l'Union européenne. Un audit de qualité requiert des connaissances de spécificités locales en complément de capacités linguistiques locales. Il est dès lors indispensable de maintenir un régime d'agrément nationaux et une exigence d'établissement permanent dans le pays d'accueil pour y exercer le contrôle légal des comptes.

Finalement, il est prévu d'ouvrir le capital des cabinets d'audit à des investisseurs qui ne sont pas nécessairement des contrôleurs légaux des comptes et qui peuvent détenir une majorité des droits de vote, l'objectif étant de stimuler ainsi l'émergence de nouveaux cabinets d'audit sur le marché des entités d'intérêt public. L'IRE est d'avis que l'ouverture du capital à des investisseurs majoritaires qui ne sont pas nécessairement des contrôleurs légaux présente le risque d'une recherche de rentabilité à court ou moyen terme, s'exerçant au détriment des investissements nécessaires pour garantir la qualité des audits. Enfin, afin de garantir le succès de cette proposition, il est indispensable que les Etats membres introduisent en parallèle un régime de limitation de la responsabilité civile professionnelle des contrôleurs légaux des comptes.

Pour l'IRE les propositions concernant la rotation firme et la séparation des activités audit et non audit, ne sont pas acceptables parce qu'elles produisent des effets inverses à l'objectif de la qualité de l'audit. La procédure législative d'adoption de ces textes qui va bientôt commencer au sein du Parlement européen et du Conseil des ministres compétitivité sera l'occasion de reconsidérer les propositions de la Commission européenne, afin que la législation adoptée favorise le renforcement de la qualité de l'audit, le renforcement de la protection des investisseurs, le développement d'un marché dynamique de l'audit qui contribue au développement d'une profession de l'audit indépendante et viable. L'IRE est confiant et souhaite que les propositions qui seront retenues contribuent également à maintenir la compétitivité des entreprises et l'attractivité de la profession pour les futures générations de jeunes auditeurs.

Communiqué par l'IRE ■

clc

Heures d'ouverture – réunion de la dernière chance



La clc avait accepté la demande de madame la ministre Françoise Hetto d'entrer en négociation avec les syndicats en vue de l'indemnisation des heures prestées après 18.00 heures les samedis soirs. Les syndicats doutent toujours de la nécessité d'ouvrir au-delà de 18.00 heures les samedis, mais pourraient marquer leur accord sous condition d'une rémunération supplémentaire. Après deux réunions, la clc a noté le refus des syndicats de négocier, leur revendication du taux de majoration de 50 % ne serait négociable.

Après consultation des unions commerciales, des centres commerciaux et des enseignes recourant à une pro-

longation de l'heure d'ouverture, le Conseil d'Administration a noté l'unanimité parmi toutes les organisations et enseignes concernées et consultées, et a fait sienne leur résolution commune, à savoir:

- libéralisation des heures d'ouvertures, position défendue depuis 1994 (!);
- subsidiairement, maintien du statu-quo;
- compétence des partenaires aux niveaux appropriés pour négocier des suppléments;
- principe du traitement égalitaire des secteurs;
- principe du traitement égalitaire des commerçants en matière d'ouvertures.

La clc rappelle que les heures d'ouvertures constituent un élément essentiel de la compétitivité du secteur. Le chiffre d'affaires en volume réalisé entre janvier et octobre 2011 a régressé de 1,1 % par rapport à la même période de 2006! Le chiffre d'affaires en valeur a progressé de 10,3 %. Pendant cette même période, le salaire social mini-

mum (indexé) a augmenté de 19,8 %! De plus, la clc donne à considérer que par rapport au Luxembourg, le salaire horaire minimum au 1^{er} janvier 2012 est 8,2 % moins élevé en Belgique, 11,4 % moins élevé en France et même 15,4 % plus bas en Rhénanie-Palatinat.

Compte tenu de ce qui précède, des tensions sur le marché de l'emploi et au vu de la situation conjoncturelle morose dans le commerce, la clc estime que la priorité et la responsabilité tant des partenaires sociaux que des pouvoirs politiques doivent concerner en premier lieu le maintien de l'emploi et la capacité de concurrence des acteurs luxembourgeois.

La clc réfute les reproches des syndicats l'accusant d'avoir quitté la table de négociation, alors même que les syndicats ont imposé un taux de 50 % non négociable!

La clc interpelle le Gouvernement quant à ses responsabilités relatives à l'indemnisation et aux heures d'ouvertures, en tenant compte des enjeux économiques, financiers et sociaux en résultant.

Communiqué par la clc ■

The Place A.s.b.l.

The Place: un lieu d'échanges et de formation sur le management opérationnel et le développement durable



Une nouvelle association vient de voir le jour au Luxembourg. The Place A.s.b.l. a été créée pour rassembler des experts, des responsables d'entreprises, d'organisations publiques ou associatives luxembourgeoises et de la Grande Région, afin d'échanger, de transmettre et d'acquérir des connaissances et expériences dans les domaines du management opé-

rationnel et durable. L'approche de la gestion des problèmes par des experts travaillant en vase clos, chacun dans leur spécialité, a montré ses limites. The Place A.s.b.l. se donne pour mission de fédérer des spécialistes au service de la performance opérationnelle globale et durable. L'idée de créer cette association a germé dans les têtes de ses quatre fondateurs, tous experts dans leur domaine, passionnés par l'innovation et convaincus qu'elle ne peut se réaliser que par la mise en commun des expériences et des motivations de chacun. Ainsi, l'association se compose de Bruno Manière, spécialisé en performance organisationnelle et humaine et en pilotage des transitions; Patrick Browne,

expert en performance opérationnelle et en amélioration continue; Sandrine Grumberg, qualifiée en achat durable et éco-responsable et Gérard Thiry, expérimenté en matière d'externalisation de la fonction ressources humaines. The Place A.s.b.l. est ouverte à tout professionnel désireux d'agir et de partager les meilleures pratiques.

The Place lancera le 9 février 2012 à 18h00, un cycle de conférences et de workshop pour l'année 2012 au Centre de Recherche Henri Tudor, 29 avenue John F. Kennedy, L-1855 Luxembourg-Kirchberg. L'entrée est libre. Un cocktail convivial viendra clôturer la soirée. ■

**Sortie Aral Card.
Super Virdeeler fir
Äre Betrib.**



Aral Card Luxembourg

Tel. : 34 62 62 -29



Alles super.

Chaque mois, l'INDR vous fait découvrir 2 bonnes pratiques en matière de RSE

L'UEL promeut le concept de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et aide les entreprises à renforcer leur compétitivité et à assurer leur pérennité. Pour ce faire, elle a créé l'Institut national pour le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises (INDR). La RSE se définit comme un concept selon lequel les entreprises intègrent les enjeux sociaux et environnementaux dans leur gestion quotidienne, et dans leur interaction volontaire avec les parties intéressées.

Pour aller au-delà de cet engagement, l'INDR a créé le label «Entreprise Socialement Responsable – ESR» qui est un outil offert aux entreprises désireuses de formaliser leurs efforts en la matière, de partager leurs expériences, d'évoluer en communauté et de communiquer leurs efforts et réussites vis-à-vis de leurs salariés et du monde extérieur. Ce label se décline en trois certificats qui s'obtiennent individuellement, adressant chacun un pilier du modèle RSE: Social et Egalité des chances professionnelles, Gouvernance et Environnement.

Un avantage clé que les entreprises tirent de la RSE est celui de l'augmentation de l'engagement et de la loyauté envers l'entreprise et de la motivation de ses salariés, de leur capacité d'innovation et de leur productivité. Notons aussi que le dialogue dans l'entreprise évolue positivement sous l'influence des actions RSE, engendrant une réduction de l'absentéisme et une appréciation réaliste des revendications salariales.

Tous les mois, *Merkur*, en collaboration avec l'INDR, propose désormais à ses lecteurs des exemples de bonnes pratiques au sein des entreprises luxembourgeoises.

L'engagement en RSE des entreprises citées ci-dessus va évidemment bien au-delà des exemples de bonnes pratiques illustrées.

Si vous aussi, vous souhaitez faire connaître vos efforts en matière de RSE, n'hésitez pas et contactez-nous par e-mail à l'adresse: indr@indr.lu ou par téléphone: (+352) 27 33 01

Si vous souhaitez évaluer l'état d'avancement de votre entreprise en matière de RSE, nous vous invitons à consulter le site de l'INDR: www.indr.lu

Pilier gouvernance

La RSE, vecteur de pérennisation des activités de Goblet Lavandier & Associés

Les aspects de la responsabilité sociale de l'entreprise ont depuis toujours été d'une grande importance pour Goblet Lavandier & Associés Ingénieurs-Conseils. C'est dans ce sens que des actions dans le domaine de la RSE ont été initiées et soutenues régulièrement par ses dirigeants.

Les objectifs sociaux principaux de Goblet Lavandier & Associés sont prioritairement de créer un environnement de travail agréable, d'assurer le bien-être au travail et de soutenir ainsi le déve-

loppement personnel des collaborateurs. Ces aspects sont à notre avis primordiaux, afin de pouvoir garantir la prestation de services professionnels et de haute qualité à nos clients.

L'atteinte des objectifs sociaux est, entre autres, garantie par le respect de l'individu et de son entourage dans le travail journalier, la lutte contre toutes formes de discrimination, la responsabilisation des collaborateurs, la minimisation de structures hiérarchiques, un climat de confiance, etc.

Ci-après quelques exemples d'actions et d'initiatives:

Dans le domaine social

- Afin de garantir au mieux la conciliation entre vie privée et vie professionnelle, les collaborateurs de GL&Ass peuvent bénéficier de modèles d'horaires de travail aménagés (travail partiel, horaires de travail flexibles, ...).
- Un programme de formation spécial dans le domaine du développement

personnel a été un des points clés du plan d'actions RSE 2011. Chaque collaborateur a été guidé dans son choix et orienté vers des formations qui lui ont permis de faire un pas en avant dans le domaine de son développement personnel.

- GL&Ass a développé un projet de construction d'une école au Burkina Faso avec une ONG; projet qui devrait se concrétiser en 2012/13.

Dans le domaine écologique

- GL&Ass procède à une politique d'achat écologique. Font partie de cette politique d'achat, le parc automobile de voitures de service à émission de CO₂ < à 100 g CO₂/km, le matériel informatique labellisé «energystar», l'utilisation de papier recyclé à 100 %, les stylos rechargeables, les boissons en bouteilles

de verre consigné, l'approvisionnement en énergie électrique à 100 % avec du «Grenge Stroum», et le café, le lait et les fruits issus de l'agriculture biologique et/ou de productions «Fair Trade» ou produits régionaux.

- GL&Ass dispose du Label «Super-Drëckskescht fir Betriber» et réalise des campagnes internes de réduction de consommation d'énergie, d'eau et de papier. Une vision de bureau «paperless» a ainsi été développée et se poursuit.

Nous sommes d'avis que les investissements dans le domaine de la RSE ne représentent pas une charge financière supplémentaire pour l'entreprise, mais, au contraire; la mise en place des principes de la RSE est strictement nécessaire pour la pérennisation des activités de l'entreprise.



Roby Eischen et André Lavandier
(Administrateurs délégués)

- **Dénomination:** Goblet Lavandier & Associés Ingénieurs-Conseils S.A.
- **Activité:** Bureau d'études en génie technique
- **Localisation:** Luxembourg-Kirchberg
- **Effectif:** 115 personnes.

Pilier environnement

Dussmann Luxembourg contribue réellement à la protection durable de l'environnement

Sans moyens humains et matériels, aucune protection durable de notre environnement n'est possible. A ces fins, Dussmann se donne les moyens d'y veiller sévèrement et de manière conséquente et cela autant dans le secteur du nettoyage de bâtiments, que de la restauration de collectivités et d'entreprises ou du service de sécurité et de la blanchisserie.

Citons ainsi l'exemple de la blanchisserie industrielle où moyennant un investissement considérable en infrastructures modernes, les consommations d'eau et d'énergie ont été fortement réduites. Les eaux d'arrivée et de rejet, tout comme les produits chimiques biodégradables utilisés, passent par un système de dosage digital, permettant une gestion très précise des ressources et une traçabilité sans faille. Le choix des produits nécessaires au traitement des textiles est fait en adéquation avec les normes très exigeantes prescrites de l'Institut de Hohenstein, dont Dussmann est certifié. Autre sujet d'engagement au niveau du développement

durable de Dussmann: l'optimisation du parc de véhicules de livraisons, qui est aujourd'hui entièrement équipé de moteurs Euro 5. Ce choix permet de fournir les clients au quotidien tout en réduisant de manière conséquente la pollution de l'air. Ces véhicules sont lavés dans une station de lavage fonctionnant à l'eau de pluie, collectée sur la toiture de la blanchisserie même et désinfectée ensuite, en conformité avec les normes en vigueur.

Entouré de collaborateurs hautement qualifiés, ingénieurs, ingénieurs en agroalimentaire, diététiciens, travailleurs désignés, chimistes, mécaniciens, professionnels en logistique, formateurs et superviseurs confirmés, etc. Dussmann investit de manière conséquente dans la formation continue de son personnel, garantissant ainsi le respect de la politique de développement durable au quotidien et des normes dont le 7^e employeur du pays est certifié, ISO 9001, ISO 14001, BS OHSAS 18001, RAL, ESR, et PSF sous surveillance de la CSSF.



Tun Di Bari (directeur) et Jean-Paul Neu
(directeur général)

- **Dénominations:**
Dussmann Security: gardiennage statique, patrouilles, télé- et vidéo-surveillance
Dussmann Service: nettoyage de bâtiments
Lavador: blanchisserie industrielle, location de linge et de vêtements
Dussmann Restauration: gastronomie en collectivités et milieu hospitalier
Culinaris: Party & Diner service
- **Localisation:** Niederanven & Bissen
- **Effectif:** 2.560 personnes.



Jonathan Kent Project Manager, Internal Consulting, Clearstream/Deutsche Börse Group

American Chamber of Commerce in Luxembourg (AMCHAM)

“Organizations thrive when communication is good”

In addition to his current role (Project Manager, Internal Consulting, Clearstream/Deutsche Börse Group), Jonathan Kent has been the President of the Clearstream Charity Committee since it began in 2002 and was instrumental in launching the organization’s annual Social Day in 2006. He hopes to introduce this concept to other companies so more people can benefit.

Before the development of the Clearstream Charity Committee, you had personally organized CSR activities within your organization. Where did this personal interest come from?

On a personal level, I have always been passionate about children’s charities. Children have no choice about their parents or where they are born. When I was 23 and still living in Halifax (UK) – with longer hair than I have now – I said to a colleague that I may have my head shaved for Children in Need, a large annual charity endeavor. He immediately signed one of the sponsor forms I had but said it had to be shaved ‘shiny’. Before I knew it, I was

in a pub getting my head completely shaved – but we’d raised £1000!

When I came to Clearstream, there was a sponsored town in Bainen, Romania; each year, a convoy took school items and children’s clothing, and we helped develop the school in the town. In 2001, there was a break in this project, as there had been some issues with bandits and it was deemed too dangerous for the convoy. During the same year, thirteen employees biked in five countries in one day to raise EUR 17,500. Half of this amount was donated to the company initiative, and half went to the WWF CLCP (Carpathian Large Carnivore Project), also

in Romania, to set up a bike hire business as part of their Eco Tourism program. Some of the team personally followed this donation to the CLCP, and it was clear the money had been used honestly and effectively. As a result, several colleagues founded the Clearstream Charity Committee in 2002 to support transparent charity donations – and it has been evolving ever since.

How did the concept of Social Day come about?

The Deutsche Börse Group first became involved in a Social Day in Frankfurt in 2004 and has been a major sponsor since. Having been a part of the

events in 2004 and 2005, it was clear we should introduce this initiative to Luxembourg. We first tried to contact Croix de Malte, the Luxembourg equivalent of the Malteser Hilfsdienst (which coordinate the Social Day in Frankfurt), but we received no response. So I decided to organize the Social Day concept myself as a Clearstream event following a visit to the local orphanage in Limpertsberg.

So far in Luxembourg, we've painted, renovated, fitted wood flooring, built and installed a children's play house with swings and climbing areas and much more.

What skills from your own background have been most useful in your projects?

My father is a builder so this has made it easier to assess construction projects. There are many health and safety aspects we have to account for, and I always make sure the volunteers have a clear understanding from the beginning that they can come to me with any question or concern. This transparency is critical: I'd prefer we take all necessary precautions and do the work right the first time instead of having to rework later.

What benefits are there for an organization to implement a similar project?

On the Clearstream Social Day, employees are there because they truly want to be and I notice everyone evolving during the project. Volunteers come from various departments and teams, and they have to work and communicate effectively to complete the projects. With Social Day, we give teams information – but not everything, because we want teams to work it out. Projects have to be clear and defined, but the members need to build a strategy.

Organizations thrive when communication is good. Furthermore, economic strains can cause organizations to tighten CSR budgets, but it's important to remember that these projects can really help keep staff motivated.



Michel Krier, Director of Kannerland, Jonathan Kent and Jean-Luc Heynen, Chef de service administration of Kannerland where several projects took place

What is your advice for organizations wanting to set up a similar CSR committee or initiative?

There are advantages at every level: not only are there obvious tax deductions and good publicity for an organization, but this is an excellent way to support the local community. So often, organizations engage their employees in team building exercises which normally achieve little. During each Social Day, team building occurs through the various projects and, most impor-

tantly, actual results are achieved. We can go back to Kannerland in Limpertsberg, where we've completed several projects, and see how the students there are enjoying the new garden space and pergola or the renovated relaxation room. If you're still not convinced, drop me a mail and I'll do my best to assist (jon@kent.lu).

*Interview by
Natalie Gerhardstein, AMCHAM
Photos: Robert Prendergast*



Interested in joining AMCHAM? Visit www.amcham.lu or call (+352) 43 17 56

EN BREF



Deloitte Luxembourg
Finesti soutiendra le service de distribution transfrontalière

Deloitte Luxembourg a choisi Finesti, la société spécialisée dans les informations relatives aux fonds d'investissement, afin d'enrichir son offre d'une série d'activités permettant de satisfaire aux exigences spécifiques de UCITS IV. Finesti fournira notamment aux clients de Deloitte, le dépôt électronique et la diffusion des Documents d'Informations Clés pour les Investisseurs, plus communément appelés Key Investor Information Documents (KIID). Finesti a créé un service de notification faisant partie de sa plate-forme **e-file.lu** que les fonds luxembourgeois utilisent actuellement pour la transmission de rapports réglementaires et statistiques aux autorités. Dans le cadre de UCITS IV, Finesti étend désormais l'accès à cette plate-forme à toutes les autorités de contrôle de l'UE, et non seulement à celles du Luxembourg. L'accord conclu permettra également à Deloitte et à ses clients de bénéficier de services de distribution des KIID, y compris la diffusion auprès des distributeurs et des autorités de l'UE et le suivi de la distribution des KIID. Deloitte pourra aussi employer les techniques «white labelling» de Finesti pour ses propres sites web.



RTL et Editus
Ganz Lëtzebuerg, hei & elo!

Depuis janvier 2012, le moteur de recherche locale Editus.lu peut être consulté sur le portail **rtl.lu**. Editus et RTL entament ainsi une nouvelle phase d'un partenariat initié en 2010. A travers cette nouvelle étape de leur alliance, Editus et RTL offrent au public un point d'accès unique à l'ensemble des informations et contacts du Luxembourg. En d'autres mots: tout Luxembourg, ici & maintenant. Pratique, la base de tous les contacts du Luxembourg sera accessible dès la page d'accueil, et sur toutes les pages puisqu'il sera directement intégré dans l'entête du portail. Les utilisateurs pourront consulter le résultat de leurs recherches en tout confort, les deux partenaires ayant également opté pour l'affichage direct des pages de résultats sur le portail **rtl.lu** au lieu d'une redirection classique vers le site **Editus.lu**.



Bourse de Luxembourg
Un don de 10.000 EUR à FOCAL

A l'occasion de la présentation des vœux pour l'année 2012, la Bourse de Luxembourg a remis, le 2 janvier 2012, un chèque de 10.000 euros à la Fondation Ouverte pour la Construction de l'Avenir du Luxembourg (FOCAL, **www.focal.lu**), représentée par son président, Raymond Schadek. FOCAL est une initiative animée par un esprit intergénérationnel de solidarité citoyenne d'une part et, d'autre part, par l'esprit philanthropique propre à une Fondation d'utilité publique autonome. Soucieuse de contribuer à la pérennité et au bien-être socioéconomique à long terme de la place luxembourgeoise, elle se donne pour mission d'établir, de soutenir et d'accompagner la Recherche - Développement - Innovation comme moteur essentiel du développement durable.



Phoenix contact
Accès à distance aux données énergétiques

A présent, les données énergétiques saisies avec la gamme d'appareils de mesure EMpro de Phoenix Contact peuvent être vérifiées et analysées de manière centralisée via une interface web. Ceci est possible grâce aux deux nouveaux modules de communication Ethernet avec serveur Web intégré. Ces derniers permettent d'intégrer les appareils

Nouveau concept

BGL BNP Paribas mise sur la convivialité et les nouvelles technologies



Développée selon un concept tout à fait innovant, la nouvelle agence Europe BGL BNP Paribas met l'accent sur la convivialité, tout en étant à la pointe des nouvelles technologies. Il n'y a plus de guichets physiques, par contre des conseillers disponibles viennent à la rencontre des clients pour les accompagner dans la découverte des lieux et les aider à utiliser les nouveaux services mis à disposition.

Lieu d'accueil, de rencontre et de convivialité, l'agence est conçue en différents espaces qui invitent le visiteur à rester, tels un coin café et de lecture équipé d'iPads et de Wifi gratuit, un espace Culture et Partenariat qui accueillera des expositions artistiques et culturelles, ou encore des bornes interactives.

BGL BNP Paribas présente un lieu unique qui concilie proximité et services à distance selon les besoins ou simplement les envies du client. Un espace Salon Accueil Conseil permet

aux conseillers de recevoir le client pour un échange personnalisé, tandis qu'un espace Self-Banking discret lui offre la possibilité d'effectuer ses opérations courantes. Les guichets automatiques lui permettent par ailleurs de déposer de l'argent, service inédit au Luxembourg.

Autre plus, le chef d'agence, Antonio Perrone, et son équipe multilingue (luxembourgeois, français, allemand, anglais, portugais, italien, danois) accueillent les clients et visiteurs à des heures d'ouverture élargies, à savoir du lundi au vendredi de 7h30 à 18h30, sans interruption. L'ouverture de la nouvelle agence, qui porte à 38 le nombre des agences de BGL BNP Paribas, représente un investissement important dans l'avenir et dans la relation client. Son concept innovant reflète la volonté et la capacité de la banque d'aller de l'avant dans un monde qui change.

Agence Europe BGL BNP Paribas
13, avenue J.F. Kennedy Luxembourg-Kirchberg.

Gastronomie

Le Fin Gourmand par le menu ...

Si le Fin Gourmand peut se targuer d'être une adresse de référence pour tous les gourmets depuis plus de vingt ans, c'est aussi

parce que la maison a su sans cesse se renouveler. Ainsi, depuis quelques semaines, le restaurant arbore non seulement une nouvelle décoration, sobre et



raffinée, avec une ouverture vitrée sur la cuisine en rez-de-chaussée, mais surtout, père et fils sont maintenant réunis derrière les fourneaux.

On le savait déjà, le Fin Gourmand est depuis longtemps une histoire familiale. Tandis que Punky, l'épouse, officie en salle, Gérard Szele régale les convives en cuisine, et ce le début de l'aventure en 1988. Aujourd'hui, Nicolas Szele, le fils de la maison, qui a, entre autres, fait ses preuves chez de grands chefs tels que le doublement étoilé Jean-François Piège, a rejoint ces fourneaux familiaux. Sagesse et jeunesse s'allient depuis en cuisine pour proposer de nouvelles saveurs, sans négliger les plats qui ont fait la réputation de la maison. Le cordon bleu en panure mai-

son de 450 grammes, le steak tartare ou l'entrecôte du terroir, tous accompagnés de frites fraîchement découpées en cuisine côtoient désormais sur la carte la trilogie de la mer (homard, langoustines, écrevisses), le saumon mariné au saké et aux épices en robe de raviole chinoise cuit à la vapeur ou le chevreuil à la sauce aux figues parfumé au café Arabica... Suggestions, menus du jour, du marché et d'affaires suivront les saisons, afin de toujours proposer des produits frais et préparer à la minute et la carte des vins offre une large sélection de cépages du Luxembourg, d'Autriche, d'Allemagne ou de France. De quoi ravir les papilles des amateurs de bonne chère quelques années encore!
www.lefingourmand.lu ■

Made in Italy

7 Camicie accueille la marque NeroGiardini

Unique au Luxembourg et ouvert depuis janvier 2011 à Belval Plaza, l'enseigne italienne 7 Camicie proposait déjà une offre complète de chemises pour homme, femme, enfant, complétée d'un éventail d'accessoires tels que les cravates et les boutons de manchettes. Aujourd'hui, l'équipe de 7 Camicie

ouvre un espace dédié aux chaussures de la marque *NeroGiardini*.

La marque *NeroGiardini*, propose des produits entièrement «Made in Italy», et réalisés de manière artisanale, leur garantissant ainsi une qualité exceptionnelle. Les lignes de chaussures et d'accessoires pour adultes se divisent en deux gammes complémentaires:

EN BREF

de mesure rapidement et en toute simplicité dans les réseaux Ethernet existants. L'accès à distance aux principales caractéristiques électriques des machines et installations telles que le courant, la tension, la puissance, l'énergie et les harmoniques s'effectue via le serveur Web. De cette manière, les appareils de mesure d'énergie peuvent également être configurés à partir de la centrale pilote. La sauvegarde des données de mesure ainsi que la génération d'alertes peuvent ainsi être adaptées de manière individuelle. La nouvelle passerelle Ethernet RS485 permet un accès à plusieurs appareils de mesure via une seule adresse IP. L'appareil EMpro MA600 est en l'occurrence intégré en tant que maître dans le réseau Ethernet. Tous les autres appareils de mesure sont intégrés en tant qu'esclaves via la passerelle dans le réseau des appareils.

Luxair Luxembourg Airlines Séminaires pour «Voler détendu»

Afin d'encourager et d'aider les passagers à maîtriser leurs angoisses, Luxair Luxembourg Airlines offre depuis plus de vingt cinq ans des séminaires spécifiques avec un taux de succès qui est aujourd'hui de 94 %. Luxair peut compter pour cela sur le savoir-faire de professionnels: un de ses pilotes pour assurer le volet technique, ainsi qu'un psychologue spécialiste en la matière, qui participe régulièrement à la conférence mondiale sur l'aviophobie, la «World Conference on Fear of Flying». Les prochaines sessions auront lieu les 17 et 18 mars (en français et en luxembourgeois), les 12 et 13 mai (en français et en luxembourgeois) et les 16 et 17 juin (en allemand et en luxembourgeois). Les séminaires durent un week-end et se font en petits groupes. Les participants sont encadrés en permanence par un psychologue. Les frais de participation s'élèvent à 610 euros par personne et comprennent la documentation, deux déjeuners avec les boissons, un vol aller/retour vers une destination de Luxair Luxembourg Airlines pour conclure le séminaire, ainsi qu'un certificat de participation. Pour de plus amples renseignements ou pour s'inscrire: (+352) 621 211 317 ou aviophobie@luxair.lu.



RE/MAX Nouvelle agence à Ingeldorf

Re/Max, leader mondial de l'immobilier, a inauguré au mois de janvier sa nouvelle agence au cœur d'Ingeldorf. Dirigée par Paul Feller, agent immobilier qui a rejoint le réseau Re/Max après 12 ans d'expérience au sein d'un important institut financier, l'agence en pleine expansion compte 6 conseillers et deux assistantes et propose de nombreux et nouveaux services à ses clients. Créé en 1973, Re/Max compte aujourd'hui quelque 100.000 conseillers dans plus de 80 pays. Une agence RE/MAX fonctionne avec des conseillers qui travaillent selon des méthodes communes, avec un même code éthique et dans un même but: la satisfaction du client. Un autre des points forts pour les clients vendeurs et acquéreurs est la coopération entre conseillers du réseau RE/MAX. Ainsi les possibilités de vente d'un bien immobilier sont démultipliées pour le vendeur puisque tous les conseillers RE/MAX peuvent proposer à leurs acquéreurs potentiels tous les biens immobiliers en vente dans le réseau RE/MAX.



Atout Image Conseil

Première agence de coaching-conseil en image à Luxembourg

A l'heure du tout numérique, de l'instantané, d'internet, des réseaux sociaux, le premier outil de communication dont dispose chaque individu est son image. Première agence de coaching-conseil en image/relooking à Luxembourg Atout Image Conseil s'adresse aux particuliers, hommes ou femmes, qui veulent prendre soin de leur apparence, mais aussi aux entreprises, pour qui les salariés constituent la première vitrine des



EN BREF

valeurs qu'elles souhaitent véhiculer. «Le conseil en image est là pour aider à acquérir les techniques qui permettront de maîtriser tous les atouts de sa propre apparence», explique Corinne Miguères (photo), fondatrice et managing director d'Atout Image. Il s'agit de mettre en valeur sa propre présentation, son attitude, son allure générale et de (re)trouver un style vestimentaire qui soit cohérent avec ses caractéristiques physiques, son métier et ses valeurs». L'accompagnement se fait à la carte et comprend différents modules (bilan image, colorimétrie, morphologie, analyse de style, conseils coiffure, style et maquillage, voire accompagnement shopping). Pour en savoir plus: www.atoutimage.com.



P&T
Partenariat avec la Caisse nationale de santé

Depuis le 1^{er} janvier 2012 l'Entreprise des Postes et Télécommunications est le partenaire de la Caisse nationale de santé pour le remboursement des prestations en nature par chèques.

Les chèques établis par les agences de la CNS sont payés sans frais, ni aucune autre retenue, auprès de chaque bureau de poste de P&TLuxembourg, soit dans les 99 bureaux de poste et 18 PostShops à travers tout le pays. La CNS délivre les chèques sur la base de factures acquittées depuis moins de 15 jours et pour un montant total d'au moins 100 euros. L'alternative au chèque est le remboursement par virement pour lequel il suffit de déposer la facture ou les mémoires d'honoraires payés et acquittés dans une des boîtes aux lettres externes ou internes installées auprès de chaque agence de la CNS ou bien de les envoyer sans affranchissement à l'adresse: CNS - Service Virements, L-2980 Luxembourg. La convention relative au partenariat entre la Caisse nationale de santé et P&TLuxembourg a été signée par Paul Schmit, président de la CNS (1^{er} rangée, à d.), et Paul Peckels, directeur des Services Financiers Postaux de P&TLuxembourg (1^{er} rangée, à g.).



CDCL
Changement de nom, de logo et nouvelles ambitions

Forte d'une expérience de plus de 30 ans au Luxembourg, CDC prend un nouvel élan en 2012. La compagnie de construction affirme haut et fort sa position parmi les leaders de la construction au Luxembourg et se déploie dans la Grande Région. CDC s'appuie sur son ancrage historique luxembourgeois et sur la confiance témoignée par ses clients et partenaires depuis 1979. L'appartenance luxembourgeoise, et ses valeurs d'intégrité, de rigueur et de précision, sont clairement revendiquées dans le nom de la société qui devient CDCL, Compagnie de Construction Luxembourgeoise. Le logo prend également une nouvelle dimension. La pyramide historique s'anime et illustre, par un effet de vibration, l'évolution du métier. En avril 2011, CDC opérait un rapprochement avec les entreprises françaises de construction: CEP et A2P. CDCL confirme cet essor international à travers une architecture de marque consolidée. CEP conserve son nom et sa notoriété, tout en affichant clairement son appartenance au groupe CDCL. A2P s'appuie sur la puissance du groupe et devient CDCL Lorraine. La nouvelle marque est déployée sur les chantiers, au Luxembourg et en France, depuis janvier 2012. CDCL est issue de la fusion de trois entreprises bien établies sur le marché luxembourgeois C. Diederich-Colas, P. Bohler, Ardec (anciennement R. Didier) et emploie 532 collaborateurs au Luxembourg et 54 en France.



Smets
1, 2, 3, 4, ... Et de 7!

Le groupe Smets a ouvert sa septième enseigne à Belval Plaza. Hilfiger Denim propose des collections de prêt-à-porter haut de gamme avec son style américain confectionné par le designer mondialement connu, Tommy Hilfiger. La marque célèbre le style classique américain tout en étant très moderne. Ses créations au goût délicat, frais et décontracté ont servi de fondement dans son expansion mondiale. Devenue l'une des rares marques à offrir un



NeroGiardini se caractérise par son style classique-casual suivant les tendances de la mode et l'autre, *NG NeroGiardini* de connotation plus sportive et «outdoor», est plus jeune et trendy et souvent unisexe. Quant aux chaussures enfant, *NeroGiardini Junior*, elles se différencient par un style frais et dynamique.

NeroGiardini mise sans conteste sur la valorisation du savoir-faire italien: le drapeau tricolore vert, blanc, rouge s'affiche d'ailleurs fièrement sur les semelles de chaque chaussure, ainsi que sur le packaging.

Prêt à déguster

Delitrateur ouvre un premier point de vente au Luxembourg



Delitrateur, l'enseigne belge de magasins d'alimentation spécialisée dans les repas «prêt à l'emploi» et disposant également d'un espace de consommation, accroît son expansion avec une première ouverture au Grand-Duché du Luxembourg. Delitrateur propose un concept précurseur dans le domaine du repas «prêt à l'emploi», à emporter mais aussi à consommer sur place. Grâce à son extrême flexibilité (ouvert 7 jours sur 7 et de 07h30 à 22h00, y compris les jours fériés) et sa gamme de produits authentiques, locaux, saisonniers luxembourgeois ou exotiques, Delitrateur propose un choix étendu afin de répondre aux modes de consommation en pleine évolution, à destination de la population active. Dans une ambiance conviviale le client trouve pour tous ses achats et consommations sur place, des produits nécessaires à sa «solution repas» allant du petit

déjeuner, au lunch, aux apéros, toasts et tapas, en passant par les entrées, les plats et enfin, incontournables, les desserts. L'accès aux «solutions repas» recherchées est rendu plus facile et plus rapide. Les produits de bouche se répartissant également en 3 principales catégories: le «prêt à déguster» (salades composées, sandwiches, panini, soupes, etc.), le «prêt à réchauffer» (les plats préparés du jour, pizzas, pâtes, sauces prêtes à l'emploi, surgelés, etc.), les produits d'épicerie à usage quotidien (tout ce qui est nécessaire à la préparation d'un bon repas: viande, fruits et légumes, etc.) Le magasin offre également un large choix de boulangerie-pâtisserie, ainsi qu'une large gamme de boissons et de vins. L'enseigne s'adresse aux familles à revenu moyen et élevé, dont les membres sont composés de personnes qui mènent une vie professionnelle et/ou sociale active, aux employés, aux cadres et de professions libérales. Enfin, Delitrateur répond aussi aux besoins alimentaires du monde de l'entreprise: un lunch entre collègues ou un sandwich, une quiche ou une salade à midi. Il est possible d'effectuer des réservations pour les réunions.

La chaîne Delitrateur a été créée en 1990 et fait partie du groupe Louis Delhaize où se retrouvent également des enseignes présentes au Luxembourg comme Match et Cora.

6500 m² modulables pour vos conférences et réunions

Située au cœur du quartier d'affaires du Kirchberg, la Chambre de Commerce vous offre un cadre prestigieux pour l'organisation de vos événements

- 4 grandes salles de conférence
- 36 salles de formation
- Matériel de haute technologie
- Parking privé de 650 places



Votre partenaire pour la réussite

7, rue Alcide de Gasperi
L- 2981 Luxembourg

Tél.: + 352 42 39 39 - 240

Fax: + 352 43 83 26

events@cc.lu www.cc.lu

EN BREF

large éventail de vêtements et d'accessoires d'inspiration new-yorkaise, le groupe Tommy Hilfiger dispose d'un réseau de distribution dans plus de 90 pays et dans plus de 1.000 points de vente à travers le continent américain, européen et asiatique. Hilfiger Denim, marque dérivée, s'adresse à une cible plus jeune, de 18 à 28 ans, avec son style plus «sportswear», rock'n'Roll et bohème, autour des jeans. Cette marque chic et décontractée convient également parfaitement à ces dames et messieurs qui prennent soin de leur look grâce à la superposition de vêtements simples aux détails qui font mouche.



AAA

Des tailleurs sur mesure

AAA (triple A) propose aux femmes de choisir leur tailleur, de le faire réaliser sur mesure, et d'en être livrée au bureau. Déjà très populaire dans le monde anglo-saxon et plutôt répandu pour les hommes, l'offre de AAA s'adresse enfin aux business women de Luxembourg. Deux options pour les clientes: un large choix dans la collection existante ou une réalisation sur mesure du modèle qu'elles recherchent: modèles ultra classiques dans la gamme des tissus habituellement consacrés aux hommes, ou créations plus personnalisées, toutes les options sont ouvertes. Dans une optique de responsabilité sociale et de respect de l'environnement, la réalisation des tailleurs comme les tissus sont en très grande majorité produits au plus près du Luxembourg et proposés également dans leur version bio. AAA c'est bien sûr un clin d'œil de la créatrice, Anne Canel, ex-directrice financière, à l'univers de ses clientes, et une garantie de qualité. AAA, 15, rue Notre Dame, L-2240 Luxembourg – sur RV uniquement.

La société Luxaviation a décidé de développer géographiquement ses activités en s'implantant à partir du 15 janvier prochain en Géorgie. Dès lors, trois avions de sa flotte seront basés à Tbilisi, la capitale, afin d'y servir le marché régional. «Ce nouveau développement géographique fait

Implantation

Luxaviation développe ses activités à Tbilisi en Géorgie



partie de la stratégie de croissance de la société. Après le vif agrandissement de notre flotte à 17 avions ces derniers mois, il fallait assurer l'ouverture de nouveaux marchés, indique Patrick Hansen, CEO. Pourquoi la Géorgie? D'abord parce que le pays apparaît comme un choix raisonnable selon nos analyses, mais aussi parce que nous avons pu gagner la confiance et le soutien de décideurs locaux grâce à un homme d'affaires géorgien, fervent adepte du Grand-Duché. Un fait qui a incontestablement orienté notre décision». Au mois de décembre 2011, une délégation de Luxaviation s'est rendue à Tbilisi afin d'y conclure les derniers accords nécessaires à la mise en œuvre du projet. Res-

ponsables politiques et chefs d'entreprises locaux les y ont accueillis, tous d'ores et déjà fortement intéressés par les services proposés par Luxaviation. Le personnel géorgien est ensuite venu au Grand-Duché, afin d'être formé aux différentes procédures et opérations relatives au fonctionnement de Luxaviation. Le 15 janvier dernier marquant le top départ du lancement des opérations. Une nouvelle étape a été franchie avec des équipes motivées et des vols déjà réservés. En plein boom économique, la Géorgie devrait présenter de belles opportunités de croissance au sein de l'actuel climat économique européen. Luxaviation compte désormais faire les démarches nécessaires auprès des autorités luxembourgeoises pour favoriser la coopération entre le Luxembourg et la Géorgie et inciter d'autres sociétés locales à percer ce nouveau marché.

Pour plus amples renseignements: www.luxaviation.lu.

Informations

binsfeld corporate suit les médias sociaux avec Trendiction



binsfeld corporate annonce qu'elle fait appel à Trendiction pour lui fournir un outil performant permettant d'assurer le suivi et la surveillance de l'ensemble des médias sociaux et des sources d'informations en ligne, en vue de donner à tous ses clients des informations justes, pertinentes et immédiates. La qualité de cet outil de surveillance des médias sociaux, développé par la société de technologies luxembourgeoise Trendiction, a déjà été reconnue lorsqu'il a été récompensé par le prix ICT l'année dernière.

«C'est un outil innovant et efficace qui nous permet de contrôler les médias sociaux dans différentes langues européennes dont le luxembourgeois. Jusqu'à présent, aucun outil de suivi ne permettait de le faire», explique Claude Sauber, directeur de binsfeld corporate. «Nous pouvons étudier toutes les informations en ligne et examiner les différentes plates-formes de médias sociaux telles que les forums, les blogs, Twitter, Facebook et YouTube. Ce mode de contrôle de l'information est devenu fondamental pour toutes les stratégies de communication et de relations publiques car il permet de surveiller les retombées des campagnes. Il est également déter-

minant pour le management et la communication sensible et de crise. En plus du criblage journalier ou mensuel des médias, nous fournissons une analyse des résultats et des recommandations stratégiques si besoin est».

Robert Glaesener, PDG de Trendiction, fait remarquer que «les entreprises vont radicalement changer leurs stratégies marketing et développer avec leurs agences, des campagnes utilisant l'interactivité sur le web. Notre nouvel outil est un atout de taille pour les entreprises et les agences qui veulent gérer leur marque sur Internet».

Deloitte Luxembourg lance les *Link'n Learn* 2012

Le nouveau programme des *Link'n Learn* offre au plus grand nombre la possibilité de se former auprès des experts de Deloitte sur 27 des sujets les plus porteurs dans l'industrie de l'Investment Management. Ces *webinars* interactifs sont accessibles à tous par le biais d'une simple connexion sur le site internet de Deloitte.

En 2010, les formations *Link'n Learn*, animées par les experts de Deloitte Luxembourg avaient généré plus de 4.000 connexions en direct et plus du double pour visionner les enregistrements. Aujourd'hui, le succès des *Link'n Learn* est mondial. En 2011 ces *webinars* ont enregistré plus de 10.000 connexions en direct et près

de 150 sociétés provenant de plus de 30 pays y ont participé.

L'agenda 2012 prévoit 27 formations sur les sujets d'actualité dans l'industrie de l'Investment Management, parmi lesquels: «Evolution of the custody framework», «MiFID II», «Risk Management within UCITS IV», «Wealth management structuring using Luxembourg regulated vehicles».

L'utilisation est simple: après s'être connectés sur le site Internet de Deloitte, participants et formateurs partagent le même support visuel de manière interactive, les formateurs répondant en direct par *chat* aux questions posées par les participants. Comme lors d'un véritable séminaire, les participants sont sollicités pour donner leur avis par le biais



de sondages. Une version enregistrée de la session est ensuite proposée en libre accès sur le site Internet de Deloitte.

Plus d'informations sur le programme et les inscriptions aux *webinars* sont disponibles sur la section *Link'n Learn* du site de Deloitte Luxembourg: www.deloitte.com/lu/link-n-learn. ■

Consommation énergétique

Enovos et l'énergieagence proposent des solutions pour réduire la consommation d'énergie et l'empreinte carbone

Dans le cadre de ses activités de fourniture d'électricité et de gaz naturel, Enovos Luxembourg S.A. propose désormais à ses clients la possibilité de les accompagner dans la réduction de leur consommation d'énergie et la réduction de leur empreinte carbone.

Au niveau international, l'Union Européenne (UE) s'est fixé des objectifs ambitieux pour limiter ses émissions de gaz à effet de serre (GES) en adoptant le «paquet Energie Climat» fin 2008: réduire de 20 % les émissions de GES d'ici 2020; atteindre 20 % d'énergies renouvelables dans la consommation énergétique totale, augmenter de 20 % l'efficacité énergétique d'ici 2020.

Ainsi, le contexte réglementaire européen deviendra plus contraignant. En effet, l'objectif d'amélioration de l'efficacité énergétique de 20 % sera difficile à atteindre et nécessitera l'adoption de nouvelles directives qui influenceront fortement la vie des entreprises en matière de consommation d'énergie.

En tant que leader responsable de la fourniture d'énergie au Luxembourg, Enovos propose en collaboration avec l'énergieagence, de nouveaux services énergétiques pour ses clients professionnels (industries, entreprises, communes). Ces services permettront la réduction de leurs consommations d'énergie tout en les préparant aux futures contraintes réglementaires sur l'efficacité énergétique.

La signature d'un d'accord-cadre avec l'énergieagence permet à Enovos de proposer des prestations de qualité réalisées par des experts indépendants à un coût compétitif. Les premiers services disponibles sont une gamme d'audits énergétiques et de comptabilités carbone (méthode Bilan Carbone®) adaptés aux spécificités et à la taille de chaque entreprise cliente.

En effet, l'audit énergétique est la première étape indispensable pour initier une véritable politique de réduction des consommations d'énergies. L'audit énergétique donne une vision claire et précise



de la situation énergétique de l'entreprise et propose la mise en œuvre de recommandations à travers un plan d'action.

Quant au Bilan Carbone®, il a pour objectif d'évaluer les émissions de gaz à effet de serre (GES) engendrées par l'activité directe mais aussi indirecte de l'entreprise concernée. Cette évaluation va refléter la dépendance de l'entreprise aux énergies fossiles et lui proposer un plan de réduction interne.

Ces nouveaux services sont compatibles à la fois avec des objectifs économiques et de développement durable. ■

Sécurisation

Le Coffre-fort virtuel® SeeZam.lu compatible avec LuxTrust



Le Coffre-fort virtuel® est un service nouveau de collecte, de sécurisation et de partage d'informations sensibles (voire secrètes). Depuis ce mois de janvier, l'offre luxembourgeoise **SeeZam.lu** se met aux couleurs nationales en permettant à chaque internaute d'accéder à son coffre au moyen de son produit LuxTrust (Token, SigningStick ou Smarcard).

Estampillé du label Luxembourg, conçu par SeeZam, maintenant ren-

forcé par l'identification de Luxtrust et proposé par de multiples fiduciaires et associations luxembourgeoises, l'espace hyper-sécurisé permet de stocker numériquement tous les documents personnels et confidentiels tout comme dans un coffre-fort! Mieux, il permet de les partager en ayant la certitude qu'une personne non autorisée ne pourra jamais les lire sans obtenir le fameux sésame.

La mauvaise protection de l'information numérique (textes, documents, images, photos, ...), et surtout la divulgation d'informations secrètes volées sur des ordinateurs, alimente la presse à scandale. Et pour cause, les conséquences sont souvent lourdes pour la victime quand elles ne sont pas dévastatrices.

Chacun recherche une forteresse des temps modernes pour y trouver de rassurantes certitudes: mon information est très fortement sécurisée, dans mon pays,

et n'est accessible que par l'ayant droit identifié avec certitude! SeeZam S.A. permet de trouver quiétude et confiance. Et dès ce début 2012, toute personne qui possède un produit de LuxTrust, pourra aussi l'utiliser pour accéder à son coffre-fort virtuel®.

Au moment où chaque information permet d'argumenter et d'accélérer le recouvrement, vous disposez de copies (carte d'identité, documents du véhicule, quittances ...), de photos de biens de valeur (bijoux, tableaux ...), de l'inventaire, qui feront la différence.

SeeZam a créé la solution sécurisée, totalement hébergée au Luxembourg, protégée en accès grâce à Luxtrust, avec la garantie que vous seul, ainsi que les personnes à qui vous aurez expressément donné un droit de lecture, accéderont à ces informations totalement privées. ■

Diagnostic

Lancement de SURVEY 2, un outil professionnel d'auto-évaluation

SURVEY 2D est un nouvel outil disponible en ligne permettant aux entreprises d'aborder la RSE de manière concrète en leur offrant la possibilité d'obtenir une vision globale de leurs performances sociétales. La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est un thème de plus en plus présent dans le monde professionnel: 78 % des entreprises déclarent effectuer des actions environnementales. Cependant, le chemin pour aborder ces thématiques au sein d'une entreprise et structurer leur approche en impliquant tous les niveaux de l'organisation n'est pas toujours évident pour les responsables d'entreprises.

«Actif dans le secteur depuis plusieurs années, nous nous sommes rendu compte que les entreprises ont beaucoup de mal à évaluer leur performances RSE, ce qui freine leur motivation d'aller de l'avant. Nous avons développé SURVEY 2D qui veut changer la donne et offrir enfin la possibilité aux entreprises de savoir où elles en sont pour leur permettre de définir où elles veulent aller», Bernard Fontanive, Managing Par-

tner de Propoze. Cette application a été développée par le bureau d'études Propoze sous la forme d'un outil web et est ouverte à toutes les entreprises. Qu'une entreprise ou une organisation soit aux prémices de son engagement ou qu'elle ait déjà intégré une stratégie de RSE, SURVEY 2D l'aidera dans ses démarches grâce à ses deux fonctions: une auto-évaluation selon les critères du référentiel ISO 26000. A l'aide de l'application accessible gratuitement, les responsables obtiennent, avec un minimum d'effort, une vision détaillée de la situation RSE et un outil d'enquête de réputation auprès des parties prenantes internes et externes à l'organisation afin d'évaluer leur appréciation de l'engagement et des actions RSE de l'entreprise qui les consulte. Cela permet de mesurer ce qu'elles pensent d'une entreprise sur toutes les dimensions de la Responsabilité Sociétale et sur quoi elles portent le plus d'intérêt.

Pour remplir les deux fonctions, SURVEY 2D se base sur un questionnaire construit à l'aide du référentiel interna-

tional ISO 26000 en y apportant une aide détaillée permettant aux utilisateurs d'appréhender chaque question et d'en apprendre un peu plus sur les implications de la RSE dans leurs entreprises.

Les résultats sont exploitables sous formes graphique et statistique et permettent aux utilisateurs de situer leurs performances d'un point de vue synthétique ou de manière plus précise en les exploitant par thèmes et par parties prenantes.

Le but de SURVEY 2D n'est pas de juger les entreprises et encore moins de les comparer entre elles mais bien de leur permettre d'apprécier objectivement leurs politiques et leurs actions. Les responsables d'entreprises ont, avec SURVEY 2D, la possibilité de savoir où ils en sont et de découvrir quels sont les points d'améliorations pour intégrer le concept de Développement Durable dans la gestion de leur entreprise. Visitez le site www.survey2d.com et effectuez gratuitement l'auto-évaluation de votre organisation. ■

ENTREPRISES



«L'art de la réussite
consiste à savoir
bien s'entourer.»

J.F. Kennedy

Dynamisme, professionnalisme et passion sont indispensables au développement de votre entreprise. Ce sont également les valeurs fondamentales de la Banque Raiffeisen.

Pour contribuer au succès de votre entreprise, Raiffeisen est votre partenaire et vous accompagne à chaque étape.

Contactez dès aujourd'hui votre conseiller au 24 50-8000.



Raiffeisen

Eng Bank, méi no bei lech



Objectifs et nouvelles missions

L'ONT élabore son Masterplan CAP 2012

L'Office Nationale du Tourisme (ONT) bénéficie d'une contribution de l'Etat dans l'objectif de développer et de renforcer la chaîne de valeur touristique sur le Luxembourg. Celle-ci est constituée de 4 activités principales, décrites ci-dessous, visant à apporter une plus-value à l'offre touristique nationale.

La première activité de cette chaîne de valeur consiste à collecter les données qualitatives et quantitatives nécessaires à l'évaluation des performances touristiques.

La seconde activité concerne l'utilisation de ces données afin de segmenter le marché et de définir des stratégies pour s'adresser aux segments identifiés et afin de développer des produits en adéquation avec cette stratégie.

La troisième activité concerne la promotion des produits, infrastructures et atouts auprès des touristes et professionnels du tourisme.

Finalement, la quatrième activité concerne la commercialisation des produits de l'offre touristique sur le marché domestique et à l'étranger.

Parallèlement, deux activités de support appuient l'ensemble des ces acti-

tivités: le conseil et l'assistance aux professionnels du secteur et le soutien à la professionnalisation du secteur.

Les 13 missions stratégiques de l'Office, qui ont été alignées sur le programme gouvernemental du 29 juillet 2009 et qui tiennent compte des rôles et responsabilités des autres acteurs de la promotion publiques, sont reprises ci-dessous. Ces missions serviront de base aux propositions d'objectifs et de projets à réaliser par l'Office et, de ce fait, constituent le cœur du CAP – Masterplan 2012. En annexe du Masterplan se trouve publié une étude de marketing sur le «tourisme seniors», clientèle-cible par excellence visée en 2012.

Dans la mesure où des mesures et projets concrets ont déjà été décidés, ils sont rattachés aux missions respectives ci-après.

L'Office s'engage à proposer un plan d'action en ligne avec l'objet de la Convention à signer par l'Etat et l'ONT, les missions définies et les objectifs stratégiques détaillés. Le plan d'action inclut aussi une prévision budgétaire pour le réaliser dans la limite du cadre défini. Les projets signalés dans le Masterplan sont publiés sous réserve de modifications.

■ Les nouvelles missions de l'ONT

1. Produire, collecter et analyser des données qualitatives permettant de connaître les touristes et leurs besoins (par exemple: motivations, comportements, etc.) et de construire une stratégie de promotion ciblée par segment.
2. Collecter et analyser des données quantitatives concernant les flux de

- touristes (par exemples: nombre de visites, dépenses, etc.) et évaluer la performance touristique du pays.
3. Développer et exécuter une stratégie de marketing ciblée par segment (par exemple: touristes d'affaires, «best agers», «familles» incluant particuliers et professionnels), donnant des priorités aux actions à mettre en œuvre.
 4. Définir, mettre à jour et communiquer les «thèmes» de promotion majeurs découlant de la connaissance de l'offre sur base de l'USP (Unique Selling Proposition) par segment/marché de la destination Luxembourg.
 5. Assurer une «veille événementielle» et partager les informations collectées avec les acteurs de la promotion touristique.
 6. Etablir une stratégie nationale de développement de produits touristiques qui correspondent aux besoins des segments prioritaires.
 7. Promouvoir le Luxembourg à l'étranger comme destination touristique.
 8. Promouvoir le Luxembourg au sein de la Grande-Région («zone de chalandise»).
 9. Définir les canaux de promotion et de communication les plus adaptés

aux segments visés et les gérer d'une manière efficiente.

10. Collaborer avec les acteurs privés nationaux et internationaux en matière de tourisme.
11. Conseiller le ministère en matière de promotion touristique et exécuter les campagnes initiées par lui (rôle d'expert fournissant des recommandations).
12. Encourager la collaboration et proposer des services d'assistance et de conseil aux acteurs touristiques publics ou privés, en matière de promotion touristique.
13. Être le point de contact principal des interlocuteurs institutionnels ou privés en matière de promotion touristique.

Afin de pouvoir vérifier que ces nouvelles missions et objectifs identifiés seront atteints, le ministère du Tourisme a proposé à l'ONT un nouveau mécanisme de pilotage avec l'engagement de deux nouvelles personnes. Anne Hoffmann (voir encadré) est ainsi nommée «Managing Director, gestion, organisation marketing stratégique, communication». Une deuxième personne occupera la fonction de «Management & Business Operations Consultant».



Le directeur de l'Office, Dr Robert L. Philippart, sera chargé de représenter l'ONT, d'assurer un rôle «d'ambassadeur touristique», de collaborer avec le «Management Director» et le «Management & Business Operations Consultant» en mettant à profit ses connaissances dans le tourisme.

Tout acteur touristique peut commander le Masterplan auprès de l'ONT

ou le télécharger via le site Internet: www.visitluxembourg.lu, rubrique «professionnels – marketing touristique»

Anne Hoffmann, nouveau «managing director»

Anne Hoffmann, a accompli des études universitaires en marketing et communication et a occupé depuis plus de 15 ans plusieurs postes à responsabilité au sein de grandes entreprises multinationales telles que FUJITSU, American Power Conversion (APC) et Schneider Electric.

En outre, Anne Hoffmann dispose d'une grande expérience en marketing stratégique et opérationnel et au niveau de projets de réorganisation structurelle.

Anne Hoffmann Managing Director
Office National du Tourisme
Tél.: (+352) 42 82 82 46 – E-mail: anne.hoffmann@ont.lu
www.visitluxembourg.lu





CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

Votre partenaire pour la réussite

Chaque mois, *Merkur* vous présente sur cette page deux collaborateurs/-trices de la Chambre de Commerce. L'idée de cette page est de **rendre encore plus transparents les services et les activités de la Chambre de Commerce** et de **vous permettre de mieux connaître vos interlocuteurs** auprès des différents départements.



■ Sylvia Ridlesprige

Conseillère en formation auprès de la Luxembourg School for Commerce

Sylvia est conseillère en formation au sein de la Luxembourg School for Commerce, l'organisme de formation de la Chambre. Elle a diverses responsabilités dans différents domaines de formation du programme LSC Progress, tels que les ressources humaines, le développement personnel, le leadership et le coaching, la Responsabilité sociétale de l'Entreprise (RSE), les cours de langues, etc. En outre, elle accomplit des missions de conseil auprès des entreprises et coordonne des projets relatifs à la reconversion professionnelle. Au quotidien, Sylvia effectue des travaux de recherche et de veille. Elle évalue les besoins des entreprises et développe de nouvelles formations, de la définition conceptuelle à la commercialisation, et en supervise la réalisation. Elle identifie les formateurs potentiels et assure le suivi des formateurs sur le terrain. Enfin, Sylvia est parfois amenée à rédiger des avis juridiques sur des thématiques liées à la formation. Selon Sylvia, le métier de la formation est très poly-

valent et exige des connaissances transversales, permettant de travailler sur des sujets très variés. Au-delà des compétences requises en matière d'ingénierie pédagogique et de gestion de projets, ses responsabilités lui permettent de mettre à profit son expérience en ressources humaines et en psychologie du travail. L'aspect humain est un élément qu'elle place au cœur de son métier et Sylvia se dit fortement motivée à l'idée de contribuer à l'épanouissement et à l'évolution de ses clients, par le biais des formations qu'elle met en place avec l'équipe de la Luxembourg School for Commerce. Elle éprouve également une grande satisfaction à travailler au sein d'une équipe dynamique et d'un environnement offrant la possibilité de prendre des initiatives et d'apporter des idées nouvelles. Au-delà de ses activités professionnelles, Sylvia affectionne particulièrement la randonnée. Elle aime parcourir le monde, apprécie la bonne cuisine et partage avec bonheur de bons moments en famille ou entre amis. ■



■ Diana Rutledge

Attachée au sein du Département International

En tant qu'attachée au Département International, la mission de Diana est d'aider les entreprises luxembourgeoises à accéder aux marchés étrangers et à promouvoir leurs biens et services sur ces marchés. A ce titre, Diana participe au soutien actif de la Chambre de Commerce à la conquête de nouveaux marchés. Ce soutien se présente sous différentes formes: missions de promotion économique, salons de coopération, visites accompagnées de foires internationales, mise à disposition d'un stand collectif et journées d'opportunités d'affaires, diffusion d'informations, etc. Diana est également chargée de favoriser les échanges entre les entreprises luxembourgeoises et étrangères et de fournir des informations sur les entreprises luxembourgeoises et les marchés

étrangers, avec une spécialisation pour l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud. Passionnée par son travail, Diana affectionne particulièrement les rencontres avec des personnalités intéressantes. A chaque instant, l'occasion lui est donnée de prendre le pouls de l'économie luxembourgeoise. Elle apprécie aussi l'autonomie dans l'exercice de ses fonctions et la bonne ambiance qui règne au sein de l'équipe. Côté loisirs, Diana porte un intérêt marqué pour l'art et la littérature et court les expositions, les musées d'art, les vernissages et les théâtres. Elle aime partir en vacances équipée d'un sac à dos et munie d'un appareil photo pour capturer la diversité des cultures et des paysages. Et pour garder la forme, Diana pratique la randonnée, la natation et le golf. ■

«Au bon moment, au bon endroit»

Little Smets sàrl tisse des liens étroits entre mode, luxe, design et art.

Regards croisés sur cette entreprise familiale, véritable success story, en compagnie de **Carine et Thierry Smets**, respectivement CEO et administrateur-directeur.



De formation scientifique, rien ne vous prédestinait au monde de l'entreprise et de la mode? Comment l'aventure a-t-elle commencé?

Carine Smets: J'ai suivi mon mari au Luxembourg pays qui, il y a 25 ans, était presque une «page blanche». On est arrivé au bon moment, au bon endroit. Une opportunité s'est présentée, on l'a saisie. C'est le moteur de développement de toute notre entreprise. Je me suis lancée dans l'aventure avec un 1^{er} magasin pour enfants. Très vite, nous nous sommes rendu compte qu'il fallait se positionner au centre-ville. La marque Donaldson nous a propulsés. Puis, il y a eu l'ouverture du City Concorde et celle d'Auchan.

Il y a 10 ans, Smets Concept Store ouvrait ses portes à Strassen. Il y a 3 ans, vous vous installiez au Kirchberg et aujourd'hui à Belval Plaza...

Thierry Smets: L'an dernier, nous avons aussi ouvert l'Outlet de Bertrange et cette année «Rue de la paix» dans la Grand-Rue. Suite à l'ouverture en 2010 de «Superdry» en ville, nous avons été sollicités pour ouvrir cette enseigne à Belval. J'ai été frappé par le dynamisme qui s'y profilait mais ouvrir un seul magasin risquait d'être ennuyeux. Avec mon épouse et Pascaline, ma fille, nous nous sommes engagés pour l'implantation de plusieurs boutiques, projet bien négocié afin qu'il ait une viabilité et une crédibilité. Et la BIL a réagi favorablement.

La BIL est votre partenaire depuis longtemps...

T.S.: Depuis 11 ans. Notre relation a débuté avec Smets Concept Store et depuis elle est notre partenaire privilégié.

C.S.: Les banques sont un peu frileuses à cause de la crise mais avec la BIL, il y a une vraie confiance réciproque...

Quel regard portez-vous sur votre success story?

C.S.: Nous avons développé un bon outil mais il n'en est qu'à ses débuts. Maintenant il faut se positionner à l'international et en termes de communication (Internet et réseaux sociaux). Notre mérite c'est d'avoir une grande puissance de travail, d'être toujours aux aguets et de savoir motiver nos collaborateurs car sans les équipes qui nous entourent, nous ne serions rien.

Y a-t-il eu des remises en question?

C.S.: Nous n'avons pas renouvelé le contrat à Auchan et nous avons fermé le magasin de la place Guillaume. Ces emplacements n'étaient plus stratégiques. Pour garder des exclusivités, il faut se remettre en question. Et pour rester en position de leader de marché, il faut pouvoir compter sur l'appui des banques.

Quels sont les nouveaux défis?

C.S.: Notre rôle est plus que jamais d'anticiper les tendances vis-à-vis d'un public qui

voyage de plus en plus et qui a accès à toutes les données sur Internet. Il faut travailler en multimarques. Les consommateurs se lassent d'arriver dans des métropoles où les grandes marques sont collées les unes à côté des autres sans véritable identité. Il faut leur donner envie de revenir dans un lieu. C'est aussi pour cela que nous créons des événements comme les conférences avec des designers et architectes.

Quelle est l'actualité de Smets?

T.S.: Début décembre, un Smets Concept Store revisité ouvrira ses portes à Bruxelles.

C.S.: Cela nous permettra de voir ce que notre concept donne dans un pays qui compte plus de 10 millions d'habitants. En dépit des risques que cela représente, la BIL nous suit à nouveau...

Une banque à visage humain

Nous nous engageons à concevoir des produits élaborés et à développer des solutions novatrices répondant aux besoins des Corporates, PME, professions libérales et indépendants.



Nathalie Welbes, Conseiller PME



Votre nouveau matériel informatique
ne reste jamais nouveau très longtemps
PARLONS DE VOUS



Pour remplacer vos équipements,

optez pour nos solutions de leasing et de crédit.



Ma banque devient plus facile d'accès



**BGL
BNP PARIBAS**

La banque d'un monde qui change

bgl.lu