

JUIN 2012



MERKUR

DE LÉTZEBUERGER MERKUR
BULLETIN DE LA CHAMBRE DE COMMERCE DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

www.cc.lu



Le rendez-vous incontournable des PME et start-ups innovantes de la Grande Région

158 exposants – 1.650 visiteurs – 3.000 rendez-vous d'affaires



■ FLASH

CC-TV: la Chambre de Commerce lance sa chaîne vidéo sur Internet



■ INTERNATIONAL

From East to West:
Luxembourg Economic Mission
exploring opportunities
in Canada



PRIVATE BANKING

**Faut-il habiter
Luxembourg-Ville
pour trouver
un conseiller
près de chez soi?**

**BCEE – un conseiller
Private Banking
aux quatre coins du pays.**

Forte de son réseau d'agences étoffé et réparti sur tout le territoire, de son expertise et de sa stabilité, la BCEE est idéalement placée pour gérer votre capital et vous offrir un service de Private Banking résolument centré sur vos besoins.

Trouvez le centre financier BCEE le plus proche sur www.bcee.lu ou appelez le **(+352) 4015-4040**.

**BCEE Private Banking:
Votre patrimoine mérite attention**



SPUERKEESS

Äert Liewen. Är Bank.

L'enseignement secondaire luxembourgeois doit s'adapter à la réalité socio-démographique

Si la globalisation et l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont transformé le monde du travail et nos modes de vie, le cadre légal régissant l'enseignement secondaire, ainsi que les méthodes d'enseignement, ont fort peu évolué au Luxembourg depuis les années quatre-vingt. Pourtant, dans le même temps, la société luxembourgeoise, a considérablement évolué et a notamment connu une forte immigration et une croissance démographique remarquable. Depuis 1991, la population a ainsi augmenté de 127.600 citoyens, dont quelque 108.300 étrangers, portant la quote-part d'étrangers à 43 %.

Le système d'enseignement devra forcément tenir compte de cette évolution démographique et sociétale, d'autant plus qu'elle va se poursuivre dans les années à venir. Actuellement, plus de 40 % des élèves fréquentant les écoles et lycées du pays sont non-luxembourgeois et plus de 60 % des enfants en première année de l'école primaire ne parlent pas le luxembourgeois à domicile. Le système scolaire devra apporter des réponses appropriées à cette donne. Il faudra notamment renoncer aux pratiques rigides d'enseignement des langues étrangères et au sacro-saint principe du trilinguisme généralisé, qui sont directement responsables d'une grande partie des échecs. Certes, le multilinguisme doit rester un des atouts de notre société, mais il doit être permis de discuter du niveau de compétence et de connaissance en matière des principales langues enseignées dans notre système scolaire.

Parmi les principaux problèmes à aborder figurent la maîtrise insuffisante du français par de nombreux élèves indigènes, et ce malgré une large surpondération des heures consacrées à l'apprentissage de cette langue au long du cursus scolaire au détriment des autres matières, et la baisse du niveau qui en résulte dans les matières enseignées en langue française (double phénomène de la maîtrise insuffisante de la langue véhiculaire et des plages horaires trop faibles). La langue française est enseignée comme une fin en soi, en mettant trop l'accent sur la grammaire et les aspects philologiques, alors qu'il s'agit avant tout d'un outil de communication. En même temps, la langue anglaise est le parent pauvre du système, alors que les réalités autour de la mondialisation et les exigences du marché du travail rendent cette langue tout à fait indispensable.

Un autre reproche que l'on peut faire à notre système d'enseignement est qu'il accorde bien trop d'importance à la simple transmission du savoir, en privilégiant son accumulation et sa reproduction et en négligeant sa mise en œuvre. L'accent est trop mis sur le savoir et trop peu sur le savoir-faire. Or, la seule maîtrise du savoir, même pointue, n'est pas suffisante pour répondre aux exigences d'une société et d'un monde professionnel de plus en plus complexes. Le savoir existe indépendamment de sa transmission magistrale. Les connaissances transmises sont vétustes demain et dépassées après-demain. Dans notre monde numérique et intercon-

necté, il semble plus important de «savoir» comment accéder à l'information, comment la synthétiser et la transformer en connaissances et compétences.

Une importance particulière devrait, en outre, revenir à la sensibilisation des élèves et des enseignants au monde professionnel. En effet, le lycée n'est pas à considérer comme un vase clos, mais bien au contraire comme un lieu d'échange perméable aux aléas de la vie quotidienne et aux réalités professionnelles. Beaucoup de lycées mettent en œuvre des initiatives louables à cet égard dans le cadre de projets d'établissement, mais il importe d'amplifier cette dynamique, voire de l'intégrer dans les programmes.

Il faut également insister sur le rôle fondamental que joue l'école – qu'elle soit internationale ou nationale – dans l'intégration des étrangers. Les enfants agissent en effet comme les principaux vecteurs d'intégration des familles étrangères. Or, il faut également garder à l'esprit que la situation langagière dans les écoles est la cause de l'échec scolaire de nombreux élèves, qui souffrent d'une maîtrise suffisante notamment du français ou de l'allemand, alors qu'ils disposent, a priori, de toutes les compétences pour réussir leurs études secondaires. Les élèves qui restent sur le carreau sont trop nombreux et nos efforts pour donner une chance à tout élève de réussir dans les matières dans lesquelles il excelle sont trop timides.

Une intégration d'enfants plus âgés dans notre système scolaire paraît quasi impossible. Il s'agit là d'un gaspillage manifeste de compétences que le Grand-Duché ne pourra guère se permettre s'il veut devenir un pays modèle en matière de société de la connaissance. Il s'agit donc prioritairement de donner une chance aux enfants, l'intégration passant par les enfants et l'école. Les clubs et associations sportives et culturelles sont des vecteurs d'intégration nécessaires, mais pas suffisants. Si l'école échoue à former des jeunes adultes responsables et dûment intégrés à la société, le discours plus vaste relatif à l'intégration des étrangers au sein de la société relève d'une gageure. L'importance de l'école dans le cadre du développement socio-économique du pays est fondamentale. Cet enjeu façonnera directement notre développement futur. Outre les taux de décrochage et d'échec très significatifs au sein de notre système éducatif lors de la première année d'études supérieures, les mentalités prédominantes dans le système et la résistance au changement comptent parmi les problèmes les plus urgents à résoudre.

La Chambre de Commerce ne milite aucunement en faveur d'une école ayant comme seul but des salariés non-émancipés pouvant être déployés facilement dans nos entreprises. Les entreprises ne sont d'ailleurs pas à la recherche de tels profils. Le Luxembourg a au contraire besoin d'une école moderne, connectée, ouverte, une école qui suive les tendances socio-économiques, démographiques et linguistiques. Bref, une école donnant aux élèves les outils pour réussir dans leur vie à la fois professionnelle et privée. ■



DOSSIER

- 4 Greater Region Business Days: plus de 1.800 exposants et visiteurs pour la première édition du salon**

DOSSIER

- 4 Greater Region Business Days: plus de 1.800 exposants et visiteurs pour la première édition du salon**

FLASH

- 16** La Chambre de Commerce se présente au public
- 18** Succès du séminaire de sensibilisation des entreprises aux risques de corruption et d'ententes dans leurs activités
- 19** Visite de SE Monsieur Masanori Tanimoto, gouverneur de la Province d'Ishikawa à la Chambre de Commerce
- 20** CC-TV: la Chambre de Commerce lance sa chaîne vidéo sur Internet
- 22** Visite de S.E. Mme Maria Rita Ferro, ambassadeur du Portugal
- 22** Inauguration des bureaux du Centre de Médiation Civile et Commerciale
- 24** Remise des distinctions honorifiques

INTERNATIONAL

- 26** Luxembourg's first participation at the Project Qatar exhibition
- 26** Calendrier juin – novembre 2012
- 27** From East to West: Luxembourg Economic Mission exploring business opportunities in Canada
- 30** Belgian-Luxembourg economic mission to Russia
- 31** Participez aux Golden Bridge Export Awards



FLASH

- 18 Succès du séminaire de sensibilisation des entreprises aux risques de corruption et d'ententes dans leurs activités**

- 32** Fit4Fairs: les clés d'une participation réussie! 2^e volet: Marketing et Communication
- 33** BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires
- 35** Textes européens publiés du 18 mai au 10 juin 2012

FORMATION

- 36** La Luxembourg School for Commerce présente 27 nouvelles formations et affiche une nette progression des inscriptions
- 37** Mieux réussir l'orientation, l'insertion et la réinsertion professionnelle avec le projet «Fit4Commerce»
- 40** Plus de la moitié des actifs sont satisfaits de l'offre de formation continue
- 40** La qualité de la formation: discours ou réalité?
- 41** Un millésime exceptionnel grâce à la formation dite «Inhouse»

INNOVATION

- 46** Premier workshop destiné aux participants du parcours 1,2,3 GO Social
- 48** Une troisième promotion dans les starting-blocks
- 49** Plus de 400 participants au forum Luxinnovation
- 50** White Paper «Digital Trust – Towards excellence in ICT»: vif intérêt manifesté par les professionnels des TIC
- 52** Rotomade, du plastique à l'assainissement des eaux usées

ECONOMIE

- 54** Compétitivité de l'économie luxembourgeoise: une dégradation qui se confirme?
- 57** Le Luxembourg 4^e pays le plus performant de l'Union européenne en matière d'éco-innovation
- 58** Perspectives économiques de l'OCDE
- 59** Luxembourg in the top 10
- 60** Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise
- 66** Table ronde lors des Greater Region Business Days
Le transport multimodal: une opportunité pour le Luxembourg

LEGISLATION & AVIS

- 68** Projets soumis pour avis à la Chambre de Commerce
- 69** Rémunération du travailleur qualifié: la détention d'un diplôme est-elle toujours synonyme de salaire majoré?
- 70** Le dépôt électronique des documents comptables auprès du Registre de commerce et des sociétés
- 70** Confidentialité et sécurité du certificat LuxTrust
- 72** La Chambre de Commerce plaide pour une réforme en profondeur du système d'enseignement

FEDERATIONS/U.E.L.

- 74** Pourquoi? Pour qui? Comment?
- 75** Un nouveau Conseil d'administration au travail



FORMATION

- 36** La Luxembourg School for Commerce présente 27 nouvelles formations et affiche une nette progression des inscriptions

- 76** La diversité des équipes dans nos entreprises: une vraie richesse! A quelles conditions?
76 Remise des certificats aux élèves et entreprises participantes
77 Clara Moraru, élue à la présidence du conseil d'administration

GRAND ENTRETIEN

- 78** "It is important to provide skills to people trying to reintegrate, especially children"

LEGISLATION & AVIS

- 72** La Chambre de Commerce plaide pour une réforme en profondeur du système d'enseignement

INFO ENTREPRISES

- 80** Paul Wurth annonce de bons résultats pour 2011 et un partenariat stratégique
80 En bref
81 Le Car Center d'ALD Automotive ouvre ses portes à Capellen
82 Goodyear reçoit le prix «Green Product» pour ses pneus camion Marathon
82 Deux nouveaux véhicules 100 % électriques pour l'Entreprise des P&T

- 83** Mise en garde concernant un nouvel Annuaire professionnel
84 Woman Business Manager of the Year Award – édition 2012
84 La Table d'Axelle: nouvelle adresse gourmande à Luxembourg-Ville
85 83.000 EUR pour le secteur associatif

Tourisme

- 86** L'ONT au diapason: Marketing, recherches et enquêtes

LES 100 VISAGES DE LA CDC 88

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
Corinne Briault, Edouard Lehr

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.



Grande Région

Greater Region Business Days: plus de 1.800 exposants et visiteurs pour la première édition du salon

C'est en présence des ministres Claude Wiseler et Jean-Marie Halsdorf, ainsi que du président du Conseil Général de la Moselle Patrick Weiten, du président de la Province du Luxembourg Daniel Ledent, du président du Conseil Economique, Social et Environnemental de Lorraine Roger Cayzelle, de l'ambassadeur de Belgique au Luxembourg Luc Teirlinck, des représentants mandatés des Lands de Rhénanie-Palatinat et de Sarre, Helma Kuhn-Theis et Clemens Nagel, que s'est tenue, les 13 et 14 juin 2012 à Luxexpo, la première édition des «GR Business Days». Ce salon b2b organisé et imaginé par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, et entièrement consacré aux PME et start-ups innovantes, a attiré plus de 1.650 visiteurs et 158 exposants qui ont participé à plus de 3.000 rendez-vous d'affaires individuels, faisant de cette première édition une véritable réussite. Un succès remporté et dépassant toutes les attentes qui résonne, pour la Chambre de Commerce, comme autant d'encouragements à organiser une deuxième édition l'année prochaine.

Pas moins de 158 exposants ont accueilli plus de 1.650 de visiteurs pour la première édition

des Greater Region Business Days – GR Business Days 2012, nouveau salon b2b entièrement consacré aux entreprises et

aux start-ups innovantes de la Grande Région se déroulant dans les halls du Centre d'exposition et de congrès

LuxExpo. Organisés par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, en coopération avec Luxexpo et MLG Events, les GR Business Days 2012 avaient pour vocation de stimuler la compétitivité, la croissance et le développement économique dans la Grande Région, en offrant aux entreprises participantes la possibilité de trouver des partenaires potentiels tout en augmentant leur visibilité et en étendant leurs réseaux d'affaires à un public qualifié d'acteurs-clés, de décideurs, d'acheteurs, de dirigeants d'entreprises, de chefs de projets, de PME/PMI et de jeunes entreprises innovantes.

■ Le Concept

Initiés par la Chambre de Commerce qui souhaitait organiser ces deux journées de rencontres, pour présenter les services, les produits et les technologies des entreprises à un public compétent, à travers des stands d'exposition, mais surtout en mettant l'accent sur des services à valeur ajoutée, dont des conférences interactives filmées et

animées par des experts, des enregistrements de speed-demos innovantes, des rencontres d'affaires, des animations 3D ainsi que de nombreux espaces et activités de networking professionnel, les GR Business Days sont l'unique rendez-vous b2b au Grand-Duché du Luxembourg destiné aux PME et start-ups innovantes de la Grande Région.

Au travers des «GR Business Days 2012», la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg a lancé un nouveau concept de salon professionnel ayant pour but de stimuler la compétitivité, la croissance et le développement économique des entreprises et englobant en un seul et même lieu toute une panoplie d'événements, de rencontres et de services b2b.

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg souhaite ainsi faire de cet événement le salon de référence des PME de la Grande Région en offrant aux entreprises en provenance de la Wallonie, de la Lorraine, de la Sarre, de la Rhénanie et du Luxembourg, la possibilité d'intensifier

leurs relations économiques et commerciales, de nouer de nouveaux contacts d'affaires, d'optimiser les échanges économiques transfrontaliers et de bénéficier d'une panoplie de services à haute valeur ajoutée offerts pour la première fois, sous une forme dense et concentrée au Luxembourg, afin de contribuer au développement économique de la Grande Région.

■ Le symposium inaugural

Dans son discours inaugural, Pierre Gramagna, directeur général de la Chambre de Commerce, a rappelé que la Grande Région avec ses 375.000 entreprises représentant 2,5 % du PIB de l'Union européenne et son marché de plus de 11 millions de consommateurs, offrait d'innombrables opportunités à ceux qui étaient prêts à les saisir. Il a souhaité que cette première édition des GR Business Days puisse contribuer activement au développement d'initiatives concrètes et de projets innovants dans la Grande Région et s'est réjoui du nombre élevé de parti-

La Grande Région:

Un potentiel économique et entrepreneurial au cœur de l'Europe

Constituant un espace économique unique, la Grande Région se compose des Länder de Rhénanie-Palatinat et de la Sarre, de la Wallonie, de la Lorraine et, en son cœur, du Grand-Duché de Luxembourg. Cet espace géographique s'étend sur une superficie totale de 65.400 m² et abrite 11,3 millions d'habitants, 375.000 entreprises, 15 universités et 220.000 étudiants. Traversé par un flux permanent de travailleurs et de consommateurs transfrontaliers – plus de 200.000 travailleurs se rendent quotidiennement dans un pays autre que le leur, dont plus de 150.000 vers le seul Luxembourg – la Grande Région se caractérise également par une population cosmopolite et représente un modèle du genre pour l'Union européenne (UE). Elle est de fait l'expression et l'illustration d'un marché européen sans frontières, riche de coopérations et de partages divers. Son PIB de 304,12 milliards d'EUR, représente environ 2,5 % du PIB de l'UE.

Situé au centre du développement industriel européen, le territoire transfrontalier de la Grande Région est source de relations économiques riches et constitue un espace de contacts et d'échanges très denses. Héritier d'une économie commune basée sur l'industrie de la sidérurgie et des mines, cet espace économique cherche maintenant à développer le secteur tertiaire, les exportations, l'innovation et la R&D en lien avec les clusters industriels.

GR Business Days: Secteurs cibles

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

cipants et de visiteurs. Les représentants politiques des cinq régions limitrophes ont tous salué cette initiative et ils n'ont laissé aucun doute sur l'importance et la nécessité d'une collaboration renforcée dans la Grande Région, non seulement au niveau des entreprises et des acteurs économiques, mais également au niveau de la gouvernance politique et des acteurs du secteur de l'innovation, de la R&D et de la formation, notamment par le biais de clusters.

■ Les stands d'exposition & le 3D marketplace

Parallèlement aux 4 modules d'exposition différents proposés aux exposants qui leur permettaient de présenter leurs compétences, leurs produits et services à un des visiteurs interrégionaux et internationaux, le tout dans une atmosphère «lounge», chaque exposant a bénéficié, lors des GR Business Days, d'une simulation 3D de son stand d'exposition.

Ce stand d'exposition 3D fait partie, depuis la clôture officielle des GR Business Days, du «3D marketplace», un salon virtuel accessible sur Internet, augmentant la visibilité des exposants et recréant sa dynamique. Grâce à ce premier salon virtuel de la Grande Région, les exposants ont l'opportunité de donner un suivi aux actions engagées sur le terrain.

De plus, ce salon virtuel offre aux exposants la possibilité de s'entretenir en temps réel avec des clients potentiels via une fonction «chat». La salle de conférences qui fait également partie intégrante du salon virtuel permet de visionner les temps forts des GR Busi-

ness Days, les conférences et les tables rondes qui s'y sont déroulées.

■ Le «Start-up Village»: l'esprit d'entreprise à l'honneur

Fruit d'une collaboration entre la Chambre de Commerce, le Technoport, Luxinnovation et 1,2,3 GO Business Initiative A.s.b.l. en faveur des jeunes entreprises, l'initiative du «Start-up Village» est née en 2009 lors du salon «Contact». Le salon GR Business Days étant spécialement dédié aux entreprises innovantes, le pavillon des start-ups s'est tout naturellement imposé comme l'un des piliers de ce nouveau salon b2b du Grand-Duché de Luxembourg et de la Grande Région.

Soucieux d'encourager l'innovation et l'esprit d'entreprise au sein de la Grande Région, la Chambre de Commerce, les agences de promotion commerciale, ainsi que d'autres acteurs économiques publics et privés avaient la volonté de fournir une vitrine aux créateurs d'entreprise, qui bien souvent, ne disposent pas des ressources nécessaires pour participer à des salons professionnels.

Le Start-up Village permet ainsi aux nouvelles sociétés souhaitant développer leurs activités au niveau interrégional et international d'avoir un accès facilité aux salons (tant au niveau budgétaire, qu'au niveau organisationnel). Depuis 2009, la demande croissante de la part des entrepreneurs pour y participer ne fait d'ailleurs que confirmer sa nécessité et son utilité.

Le start-up Village de la première édition des GR Business Days a donc

pu compter sur la présence de 36 entreprises (le double des entreprises présentes sur le pavillon des start-ups au salon «Contact»), représentant les secteurs des technologies de l'information et de la communication, des services aux entreprises et du marketing, et faisant de cette zone d'exposition un espace particulièrement dynamique et regorgeant de créativité.

■ Un Plateau TV événementiel au cœur du salon: entre conférences interactives & tables rondes économiques

Placé au cœur de cette première édition des GR Business Days, le plateau TV a permis de dynamiser le format habituel des conférences sous forme d'émissions télévisées, animées et interactives, restituant tous les temps forts de la manifestation. De nombreux décideurs industriels clés et des personnalités du monde économique sont venus partager leurs expériences à travers des interviews et reportages télévisés. Grâce à ce partage de compétences et d'expériences d'experts et de professionnels en relation avec les secteurs phares du salon, les participants ont ainsi eu accès à de multiples informations thématiques.

En parallèle, quatre conférences interactives, dédiées à l'accroissement de la rentabilité par la révolution de l'e-cloud, à l'avenir du transport multimodal en Europe, aux défis de la mobilité électrique et aux grandes tendances de l'industrie automobile, ainsi que trois tables rondes sur les différents aspects du développement économique et durable d'une région métropolitaine polycentrique transfrontalière, ont permis d'esquisser des scénarios intéressants pour l'avenir de la Grande Région.

■ Les conférences

Transport et logistique: vers un développement du transport multimodal en Europe

Lors d'une conférence interactive dédiée au transport et à la logistique, Alain Krecké Cluster manager du Cluster for Logistics s'est entretenu sur le développement du transport multimodal en Europe et ses potentialités de développement au Luxembourg. Un panel de spécialistes a mis en évidence le fait que son développement futur ne faisait aucun doute aux vues de l'aug-



Les GR Business Days en salon virtuel



Le ministre du Développement durable et des Infrastructures, Claude Wiseler, a lancé un appel à collaborer davantage dans l'intérêt général de la Grande Région

mentation prévisible du trafic, des coûts énergétiques et des contraintes environnementales. La vitesse de développement en revanche, dépendra d'une part de la volonté des industriels à utiliser des chaînes logistiques plus respectueuses de l'environnement et de la vision à long terme des opérateurs logistiques. Certains opérateurs se positionnent d'ores et déjà sur des stratégies plurimodales de réseaux logistiques européens et il est certain que les premiers à être opérationnels auront un avantage compétitif considérable. Le Luxembourg est idéalement positionné sur des grands corridors de fret européen avec des flux de transit existants. Contrairement à d'autres projets, le terminal multimodal luxembourgeois est déjà une réalité, notamment avec les trains circulant sur les axes nord-sud. Le projet de Bettembourg et de la WSA doit donc être compris comme une extension des infrastructures existantes pour augmenter la capacité du terminal et permettre ainsi de développer un réseau européen plus dense avec des départs plus fréquents. Certains opérateurs luxembourgeois et européens ont déjà mis en place des stratégies multi-

modales européennes. Il sera important de bien informer et de former les opérateurs luxembourgeois quant aux potentiels et aux contraintes de ces solutions logistiques, afin de les convaincre de proposer des solutions multimodales à leurs clients (lire aussi l'article page 66).

Tendances dans l'industrie automobile: la sécurité et les énergies alternatives au cœur de l'innovation

La conférence interactive «Trends & visions in the automotive industry» a rassemblé des experts de renommée internationale qui ont exposé les tendances auxquelles devra faire face l'industrie du secteur de l'automobile dans les années à venir. Des sujets d'actualité comme les alternatives en matière d'énergie, la sécurité des conducteurs, ainsi que les progrès en matière de connectivité ont été présentés. Les défis rencontrés par l'industrie automobile en matière de sécurité des conducteurs ont également été abordés. Bien que les statistiques montrent que d'énormes progrès ont été réalisés dans ce domaine, grâce notamment à de meilleures infrastructures, des véhicules plus sûrs et

des conducteurs mieux formés, chaque année dans le monde, plus de 1,2 million d'individus perdent la vie sur les routes. De grands progrès technologiques restent à faire pour améliorer la sécurité des conducteurs. De plus, la population des pays développés vieillissant, l'un des objectifs fondamentaux de l'industrie automobile sera de permettre aux personnes plus âgées de pouvoir rester mobile le plus longtemps possible en leur offrant une sécurité maximale.

E-cloud: le «cloud» est aussi une question de confiance

Une conférence interactive dédiée à l'accroissement de la rentabilité par la révolution de l'e-cloud, a permis de mettre en avant le paradoxe entre les engagements en termes de garantie de sécurité des données confiées par les entreprises aux «service providers» et les solutions préconisées par le «cloud», la confidentialité et la sécurité étant au cœur des préoccupations des utilisateurs. Cette session a permis aux orateurs de mettre en avant les opportunités que représente l'e-cloud, à savoir: la fourniture de conseils professionnels



Le ministre de l'Intérieur en charge de la Grande Région, Jean-Marie Halsdorf, a félicité les organisateurs pour cette première édition d'un salon qui a tenu toutes ses promesses

en ligne, la flexibilité et l'agilité des services pour les entreprises, les économies d'échelle considérables et la prise en charge de la sécurité par les «services providers», permettant aux entreprises de se concentrer sur leur «core business».

Deux points essentiels pour l'avenir de l'e-cloud ont été soulevés lors de cette conférence: l'interopérabilité qui doit devenir l'enjeu principal des entreprises, tout comme la modernisation de la structure car, en l'état actuel, les services Internet ne sont compatibles avec aucune des structures légales classiques.

E-mobilité: le prix des voitures électriques reste un obstacle

La conférence interactive «E-mobilité – Smart cities, m-commerce, application mobile: Comment répondre aux grands défis d'e-mobilité de la Grande Région?» a rassemblé un panel d'experts de renommée internationale qui ont débattu des défis que représente la mobilité électrique. Pour promouvoir la mobilité électrique, il est tout d'abord important de valoriser et de promouvoir l'information et les idées créatrices. A ce sujet, Robert Leven, président de KlimaWelt A.s.b.l., a cité l'exemple du

développement du photovoltaïque. Certains orateurs ont, quant à eux, évoqué le problème du prix de revient des véhicules électriques, qui reste encore un obstacle à son acquisition. Des progrès restent également à faire quant à l'autonomie des batteries électriques.

Développement économique de la Grande Région: une collaboration perfectible

Une table ronde sur le thème du développement économique du territoire a permis de souligner que malgré les efforts réalisés en termes de développement économique au sein de la Grande Région, de grands progrès en matière de coopération transfrontalière sont réalisables. L'un des enjeux étant d'identifier les coopérations possibles et d'explorer les pistes d'harmonisation des actions et initiatives entreprises par les différentes régions. Cette harmonisation serait envisageable, par exemple, au niveau des clusters sectoriels et des instituts de formations dont le nombre a augmenté de manière considérable dans chaque région, sans réelle concertation mutuelle. Mieux conseiller et informer les acteurs économiques

sur les opportunités d'investissement au-delà des frontières nationales est également un enjeu crucial, facteur de développement de la Grande Région. Cependant, afin de favoriser les opérations transfrontalières, des mesures de flexibilité en matière de droit du travail ou encore de fiscalité doivent être envisagées. Les développements de projets interterritoriaux, comme par exemple l'idée de créer un hôpital transfrontalier, seraient des signes forts de la part des politiques et pourraient créer une nouvelle dynamique bénéfique à l'ensemble des acteurs de la Grande Région.

Développement durable et polycentrisme: l'union fait la force

Lors d'une table ronde sur le développement durable et le polycentrisme au sein de la Grande Région, Claude Wiseler, ministre du Développement durable et des Infrastructures, a lancé un appel à «travailler ensemble pour arriver à une masse critique que chaque territoire ne pourrait pas atteindre individuellement, afin de concrétiser des projets dans l'intérêt de tous».

Des personnalités politiques des différentes régions limitrophes étaient

venues partager leurs attentes et leurs espoirs pour le développement de la Grande Région et ont affiché leur volonté de dépasser aujourd'hui les théories établies pour transformer les idées et les propositions évoquées en projets concrets. L'élargissement de l'A31 entre la France et le Luxembourg, l'amélioration des lignes ferroviaires et du transport en commun transfrontaliers ou encore la mise en réseau des infrastructures de logistique et aéroportuaires démontrent qu'en la matière, les projets de coopération ne manquent pas.

Cette première édition des «GR Business Days», a été clôturée par un débat consacré aux ambitions et aux visions pour la Grande Région. Jean-Marie Halsdorf, ministre de l'Intérieur en charge de la Grande Région, a assuré que le Gouvernement luxembourgeois apportera son soutien aux initiatives favorisant une collaboration économique concrète plus poussée au cœur de la Grande Région et a félicité les organisateurs pour cette première édition d'un salon qui a tenu toutes ses promesses et qui mérite d'être pérennisé pour devenir LE rendez-vous annuel incontournable des entreprises innovantes de la Grande Région.

■ Les «Speed-demos»: un outil de marketing innovant

Une soixantaine de speed-demos ont été organisées dans le cadre des GR Business Days avec pour objectif de permettre aux participants du salon de mettre en avant leur expertise, ainsi que de présenter leur savoir-faire et cas-clients dans un contexte professionnel et en présence d'un public qualifié. Animées et filmées, les speed-demos se divisaient en 7 groupes différents, soit l'e-cloud computing, l'éco-construction et l'énergie, le transport et la logistique, les TIC et le multimédia, l'e-commerce, les applications web et l'industrie. Des sessions «Discovery» étaient dédiées à l'industrie et aux services.

Ce nouveau format d'événement a apporté, en termes de visibilité, une valeur ajoutée considérable aux entreprises qui ont profité de cette opportunité pour diversifier leurs contacts professionnels de manière dynamique. Les entreprises ont en outre bénéficié d'un outil marketing novateur: de courtes présentations individuelles de

3 à 5 minutes enregistrées, qui pourront être utilisées sur le web et dans le cadre de futures campagnes marketing. Cette initiative a été très appréciée par les exposants, mais également par les visiteurs qui ont eu l'opportunité de découvrir les tendances, les produits et les services innovants des secteurs clés du salon.

■ Forum de l'automobile

Cette plateforme de rencontres, dédiée spécialement aux acteurs économiques du secteur de l'automobile, était composée d'une conférence interactive sur les tendances et les défis actuels de l'industrie automobile, ainsi que d'une bourse de contacts sectoriels qui a mis en relation des responsables d'achat, donneurs d'ordres, directeurs R&D et des équipementiers de l'industrie automobile lors de rendez-vous d'affaires individuels. Des représentants de sociétés de renommée internationale comme PSA Peugeot Citroën, Guardian Automotive, Delphi, Federal Mogul, Elth ou Good Year ont profité de cet événement pour nouer de nouveaux contacts.

■ Événement de matchmaking b2fair



Autre point fort du salon, la plateforme de rencontres professionnelles b2fair mise en place par la Chambre de Commerce, a permis aux entreprises participantes d'entrer facilement et rapidement en contact avec des partenaires potentiels et qualifiés, à l'échelle régionale et internationale.

Grâce à un format de rendez-vous en tête à tête de 30 minutes, cette bourse de contacts exceptionnelle a proposé aux exposants et visiteurs participants de rencontrer leurs futurs partenaires d'affaires à travers des rencontres bilatérales soigneusement planifiées. En se basant sur le concept de renommée internationale b2fair®, ce dispositif relationnel compact et unique en son genre apporte un soutien au développement des premiers contacts d'affaires et offre ainsi tous les leviers pour trouver de



Les entreprises qui ont pris part à la bourse de contacts b2fair ont obtenu 10 rendez-vous en moyenne, un taux élevé comparé aux salons internationaux



Placé au cœur de cette première édition des GR Business Days, le plateau TV a permis de dynamiser le format habituel des conférences

nouveaux partenaires potentiels, étudiant des projets de partenariat enrichissants et établir des relations d'affaires de qualité et durables. Cette initiative a permis aux entreprises participantes de se rencontrer à 3 niveaux différents: Exposants/Exposants, Exposants/Visiteurs et Visiteurs/Visiteurs.

256 entreprises provenant de 13 pays différents ont participé à la bourse de contacts *b2fair*, avec quelque 3.000 rendez-vous d'affaires planifiés au cours des 2 jours, dont 129 rendez-vous qui n'ont pas pu se tenir en raison de l'indisponibilité de certains participants et 178 demandes de rendez-vous déclinées.



Les tables rondes et conférences, ainsi que les «speed-demos» du salon Gr Business Days pourront être visionnées sur www.gr-businessdays.com et www.cc-tv.lu

La moyenne d'environ 10 rendez-vous par entreprise participante représente un taux relativement élevé comparé aux autres salons internationaux.

Cette initiative soutenue par un réseau de 33 partenaires de 18 pays a d'ailleurs réaffirmé la pertinence du concept et soutenu les entreprises dans leur recherche de coopération et de partenariat.

b2fair Business Awards

La bourse de contacts *b2fair*, a été aussi l'occasion de remettre les «*b2fair* Business Awards» qui récompensent les entreprises émérites pour les résultats en termes de coopération et de partenariat qu'elles ont obtenus suite aux rendez-vous d'affaires organisés. Les trophées ont été décernés lors de la soirée d'ouverture officielle du salon «GR Business Days» qui s'est tenue le 13 juin 2012 dans les locaux de Luxexpo, récompensant les 3 heureux gagnants:

1^{er} gagnant: Antonio Pereira (Metalurgica Falcão – Portugal) et son partenaire David Perrin (Logiart DDC – Luxembourg)

La société Metalúrgica Falcão e Filhos, spécialisée dans les produits en acier, a rencontré la société luxembourgeoise Logiart DDC, active dans la réparation et l'installation de chauffage, sanitaire et air-conditionné, lors des rendez-vous d'affaires *b2fair* au salon Contact en février 2011. Cette rencontre s'est soldée par la création d'ACD GREENTECH Sàrl en février 2012.

2^e gagnant: Karl-Heinz Baumgarten (Baumgarten Vertriebsberatung – Allemagne)

En février 2011 à Luxembourg, Baumgarten Vertriebsberatung, consultant en marketing, a rencontré la société allemande ZweiP, active dans le marketing et le design et ont très rapidement établi un contrat d'affaires. Baumgarten Vertriebsberatung a été chargé d'élaborer une stratégie marketing ciblée afin de trouver de nouveaux clients à ZweiP et de mettre en place un projet de recrutement pour son partenaire. Les deux sociétés souhaitent désormais établir un réseau d'entreprises dans la région Saar-Lor-Lux.

3^e gagnant: Mr Philippe Simon (WEBISSIMUS – Belgique)

La société Webissimus, active dans la création de sites web, a rencontré la

société belge Astec, spécialisée dans la rédaction de modes d'emploi techniques, lors de la bourse de contact *b2fair* à Liège, en 2010. Après cette entrevue, Astec a chargé Webissimus de lui créer un nouveau site web afin d'améliorer son référencement internet. Suite à sa participation aux rencontres d'affaires *b2fair* à Luxembourg en 2011, Webissimus a également conclu un contrat avec Fred's International, chaîne de crème glacée basée à Luxembourg, pour créer et mettre en place une nouvelle image de marque, adapter son site web, élaborer une communication plus attractive et créer un nouveau logo.

La remise des «*b2fair* Business Awards» était sponsorisée cette année par «Europages» qui a offert à tous les gagnants un chèque-cadeau. La société «Relax Max» a ajouté à ce premier prix un chèque-cadeau pour un stage de pilotage au volant de voitures prestigieuses.

Le réseau *b2fair* accueille deux nouveaux partenaires

Les GR Business Days se sont clôturés par la signature de 2 contrats officiels *b2fair*, afin d'élargir le réseau professionnel à 34 partenaires officiels provenant de 22 pays. Le premier contrat a été conclu avec «Entreprendre en Lorraine Nord» (ELN), représenté par Anne Pedon-Flesch, sa présidente. ELN a pour vocation de rassembler les grands donneurs d'ordre présents sur le territoire lorrain d'une part, et le tissu des PME/TPE du secteur souvent sous-traitantes d'autre part. Ce partenariat stratégique se place sur la même ligne que l'engagement du concept *b2fair* dans le cadre de la sous-traitance industrielle et jouera un rôle déterminant dans la participation des acheteurs aux futurs événements de matchmaking.

Le deuxième contrat a été conclu avec l'«Association Nationale Hongroise de l'Industrie Mécanique et Énergétique», représentée par Gábor Vadnai, son secrétaire général. Cette association stimule de nouvelles idées et de nouveaux projets pour le développement de l'ingénierie, de l'énergie, et du développement durable en Hongrie. Ce partenariat consolidera la représentation des entreprises hongroises aux bourses de contacts *b2fair* à l'avenir.



2.500 rendez-vous d'affaires ont pu être organisés grâce à la plateforme *b2fair*



(de g. à d.) Sabrina Sagramola, Chambre de Commerce; Sabrina Aksil, Chambre de Commerce; Amrita Singh, Chambre de Commerce; Niels Dickens, Chambre de Commerce; Antonio Pereira, Metalurgica Falcão; Philippe Simon, Webissimus; David Perrin, Logiart DDC; Karl-Heinz Baumgarten, Baumgarten Vertriebsberatung; Pierre Gramegna, Chambre de Commerce



Plus de 1.650 visiteurs se sont présentés aux GR Business Days, faisant de ce salon une première édition réussie



■ Réceptions de networking

Afin de favoriser le business networking, de nombreuses réceptions et autres rencontres informelles ont permis aux participants de nouer des contacts privilégiés dans une ambiance conviviale. Ainsi, le salon GR Business Days a organisé 5 réceptions de networking, dont le but était de fournir aux entreprises un environnement privilégié pour enga-

ger leurs négociations et renforcer leurs contacts professionnels.

Les GR Business Days ont débuté par la réception de bienvenue offerte le 12 juin au Grand Théâtre par la Ville de Luxembourg et la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg en présence de Xavier Bettel, bourgmestre de la Ville de Luxembourg. La réception a accueilli les exposants du

salon, ainsi que des délégations et entreprises étrangères arrivées au Luxembourg la veille de l'ouverture du salon. Les réceptions de networking organisées lors du salon ont mis en relation les acteurs économiques et politiques clés avec les PME et start-ups innovantes.

La première édition des GR Business Days s'est terminée par une réception en présence de nombreux exposants et visiteurs, afin de renforcer et conclure les discussions d'affaires. L'équipe de la Chambre de Commerce remercie toutes les entreprises participantes pour leur contribution active à cette première édition du salon et pour la confiance témoignée. Elle remercie aussi tout particulièrement les sponsors et les partenaires stratégiques et opérationnels sans lesquels la réalisation du présent événement n'aurait pu être possible et se réjouit d'ores et déjà de l'organisation de la 2^e édition l'année prochaine, afin de continuer à servir les petites et moyennes entreprises luxembourgeoises, de la Grande Région et au-delà.



Les organisateurs de la première édition des «GR Business Days» remercient tous les exposants, visiteurs et partenaires pour avoir contribué au succès du salon

Témoignages d'entreprises



© PricewaterhouseCoopers S.à r.l. –
Photographe: Luc Deflorenne

**PwC Luxembourg – Luc Henzig,
Associé, Expositant & Sponsor**

«PwC a à cœur de s'investir dans le développement économique du Luxembourg et de la Grande Région. La coopération interrégionale favorise les synergies et les échanges économiques et sociaux dans l'intérêt de tous les partenaires. Les projets tels que les GR Business Days permettent de redynamiser l'intégration transfrontalière. La coopération est essentielle pour le futur développement de notre espace économique. Il faut tirer profit de nos talents, nos infrastructures et mutualiser les expertises. Les GRBD ont mis en avant un pilier central de cette coopération: le soutien à l'innovation et l'entrepreneuriat. C'est dans cette perspective que PwC, à travers son PwC's Accelerator s'est engagé lors des GRBD à interagir avec les start-ups et PME de la Grande Région».



**BGL BNP Paribas – Claude Prim,
Responsable Entreprises Luxembourg,
Exhibitor & Partner & Sponsor**

«Nos clients sont des acteurs de la Grande Région, voilà pourquoi nous avons décidé de participer à ce salon. Fait marquant pour nous, sur le stand se sont relayés les gestionnaires luxembourgeois pour BGL BNP Paribas mais également allemands, belges et français de BNP Paribas. Un bel exemple de coopération transfrontalière entre les différents business centres BNP Paribas de la Grande Région et nous, comme évoqué lors de la table ronde à laquelle j'ai pris part sur le salon».



**Ville de Luxembourg – Geraldine
Knudson, Développement écono-
mique et commercial, Exhibitor &
Partner**

«La Ville de Luxembourg est heureuse d'avoir pu participer et soutenir la 1ère édition du salon GR Business Days, une très bonne initiative organisée par la Chambre de Commerce. Le salon était pour nous l'occasion de créer des échanges avec les sociétés et visiteurs présents lors de ces 2 jours et de présenter la capitale en tant que destination économique. Grâce aux GR Business Days, nous avons eu de très bons contacts avec des entreprises, des institutions et d'autres acteurs-clés de la région et au-delà. L'événement était très bien organisé et nous voudrions féliciter la Chambre de Commerce pour le grand succès».



**Polnisches Informations- und Han-
delszentrum (PIHZ) – Stefan Leslaw
Eckert, Geschäftsstelle SaarLorLux,
b2fair Partner**

Als Dienstleister und Berater mit Büros in Bonn, Saarbrücken und Warschau, informiert und betreut das Polnische Informations- und Handelszentrum (PIHZ) Personen und Unternehmen, die wirtschaftliche Beziehungen nach Polen aufnehmen wollen oder ihre bestehenden Kontakte erweitern und optimieren möchten. Dieses Jahr war PIHZ zum ersten Mal Partner der b2fair Kooperationsbörse, die während der GR Business Days organisiert wurde. Herr Stefan Leslaw Eckert der PIHZ-Geschäftsstelle SaarLorLux in Saarbrücken fand die erste Ausgabe der GR Business Days eine durchweg gelungene Veranstaltung. „Für das PIHZ war es das erste Mal, dass wir mit der Handelskammer Luxemburg kooperiert haben und ich habe mich dabei sehr wohl gefühlt. Das Konzept der GR Business Days ist sehr professionell durchdacht und die komplette Organisation hat perfekt funktioniert. Das hat für mich eine echte Vorbildfunktion. Für die nächste Ausgabe hoffen wir, dass auch viele Unternehmen aus Polen an der Messe teilnehmen werden.“

Témoignages d'entreprises (suite)



**Nerea – Lyubov Byessonova,
Marketing & Communications,
Exhibitor & b2fair participant**



**Nerea – Philippe Maes,
Managing Partner,
Exhibitor & b2fair participant**

Nerea is one of the leading CRM (Customer Relationship Management) companies in Luxembourg, Belgium and France. The company specialises in the integration and consultancy of Microsoft Dynamics CRM solutions. "Our main objective to participate in the GR Business Days was to confirm our presence as major CRM player on the market and support the growth and expansion of the Greater Region" says Mr Philippe Maes, Managing Partner at Nerea. "We really appreciated the exceptional guidance and timely assistance the Chamber of Commerce provided before and during the event," adds Ms Lyubov Byessonova, Nerea's Marketing & Communication Manager. "We think that the concept of the event was very successful, as it has been highly productive for us in terms of expanding our business opportunities."



**Vinix Consulting – Jan Moeremans,
Sales Manager, Visitor & b2fair
participant**

The Luxembourg company Vinix Consulting is a creative marketing and communication agency that provides professional and affordable online and offline communication services such as websites, corporate design, graphical design and consulting services. During the GR Business Days «Vinix Consulting» participated for the first time in a b2fair matchmaking event. «15 meetings were scheduled for my company during the two days of the event,» says Mr Moeremans, Sales Manager of Vinix Consulting. «Moreover I was able to meet many potential business partners and clients at the trade fair itself as well as during the networking receptions (...) Of course, the contacts at the trade fair are only the first step. It is important to follow up with the new contacts directly. Therefore, I have already set up some follow up meetings with companies that I met during the GR Business Days,» continues Mr Moeremans. «We will for example discuss the possibility of creating a new website for these companies. For me, the GR Business Days were a good opportunity to meet many qualified business contacts from different sectors in a short period of time. Events such as this one should be organised more often,» concludes Mr Moeremans.



**Fitech Conseil – Manfred Morbe,
Gérant, Visitor**

Société luxembourgeoise créée en 2007 par Manfred Morbe, Fitech Conseil est spécialisée dans la consultance informatique. Audit, solutions technologiques et organisationnelles répondant au besoin du client, prestations à la carte, veille technologique caractérisent son travail. Fitech Conseil représente également le bureau du groupe international Wizable Inc (www.wizable.com), spécialiste de produits relatifs à la mobilité & remote access IT ainsi que la sécurité des données (DLP, POQ navigateur Internet sécurisé, etc). «Nous félicitons la Chambre de Commerce pour la bonne organisation du salon GR Business Days qui représente une excellente opportunité pour les entreprises au Luxembourg de créer des nouveaux contacts. Après nous être inscrits sur place en tant que visiteur, nous avons eu des rendez-vous qualifiés et nous avons trouvé de nouveaux partenaires pour notre société. Il nous semble très important pour le Luxembourg d'avoir des événements b2b comme les GR Business Days afin de développer nos affaires dans la Grande Région ou au-delà.»

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 Chambre de Commerce du Luxembourg vient de lancer sa nouvelle chaîne vidéo sur Internet.

1. Les contenus libres d'accès sont proposés sous:

- www.cc-tv.lu
- www.tvchambredecommerce.lu
- www.cc-video.lu

Du 7 au 12 mai, la Chambre de Commerce a organisé une mission économique de promotion et de prospection multisectorielle présidée par Son Altesse Royale le Grand-Duc Héritier et le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Etienne Schneider.

2. La délégation de représentants d'entreprises emmenée par la Chambre de Commerce s'est ainsi rendue:

- au Canada?
- au Vanuatu?
- en Russie?

Dans le cadre de la présentation de son catalogue de formation professionnelle continue pour le 2^e semestre 2012, la LSC a affiché une nette hausse des inscriptions par rapport à 2011.

3. Le nouveau catalogue se caractérise notamment par:

- un cahier détachable comprenant des jeux pour les vacances
- des cours de comptabilité en arméen
- le lancement de 27 nouvelles formations

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 mercredi 25 juillet 2012**. Une seule réponse par foyer.



Nom	
Prénom	
Adresse	
Code postal	
Localité	
Téléphone	
E-mail	

Félicitations à M. Markus Weber, le gagnant du Quiz de l'édition du Merkur 03/2012 qui a reçu un iPod nano 16 GB silver!

Gagnante du Quiz de l'édition du Merkur 04/2012: Mme Françoise Lemmer-Joachim (Bourglinster)

Foire de Printemps 2012

La Chambre de Commerce se présente au public



(de g. à d.) L.A.R. la Grande-Duchesse Maria Teresa et le Grand-Duc Henri, Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce et Etienne Schneider, ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, lors de l'ouverture officielle de la Foire de Printemps 2012



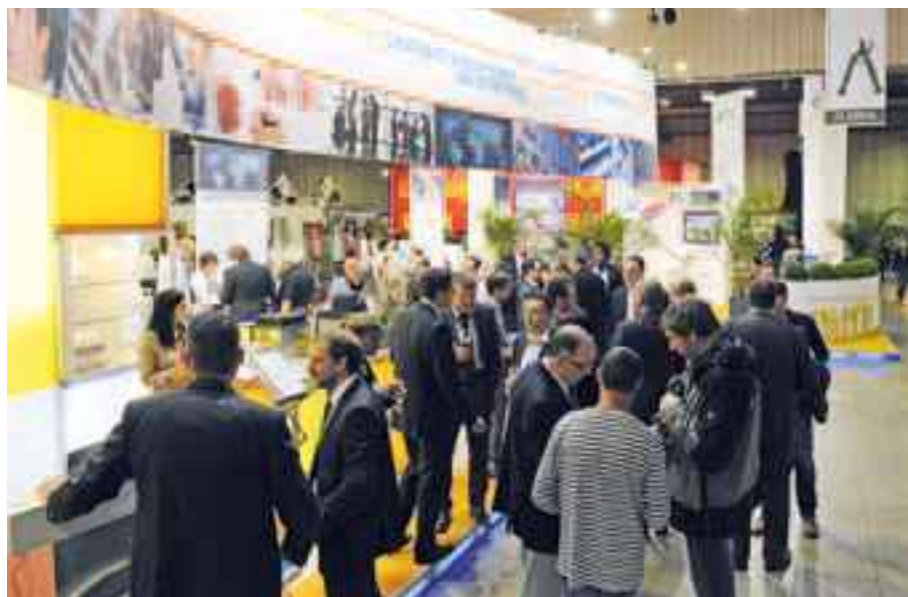
La participation de la Chambre de Commerce à la Foire de Printemps visait à promouvoir les services et activités de l'institution auprès du grand public et du monde entrepreneurial

Pour la quatrième année consécutive, la Chambre de Commerce a répondu présente à la Foire de Printemps, qui s'est déroulée du 5 au 13 mai à Luxexpo. Un rendez-vous d'autant plus attendu cette année qu'il s'agissait ... de la centième édition! Un panel de nouveautés, d'ateliers et d'animations participatives attendaient les quelque 70.000 visiteurs journaliers et cette dernière édition a rencontré un franc succès.

En participant à cette foire, la Chambre de Commerce et son organisme de formation, la Luxembourg School for Commerce, avaient pour objectif de présenter leurs différents services, afin de mieux faire connaître leurs activités auprès du grand public et du monde entrepreneurial au Luxembourg, et d'augmenter ainsi leur visibilité et notoriété au niveau de la Grande

Région. Le stand de 150 m² conçu à cet effet, au design sobre et novateur, visait à souligner le dynamisme et la modernité de la Chambre de Commerce. Les visiteurs ont pu ainsi y découvrir les nombreux services qu'offre cette institution aux entreprises luxembourgeoises, ainsi qu'aux personnes souhaitant s'établir à leur propre compte. La Luxembourg School for Commerce, pour sa part, a présenté sa palette d'offres de formation. Les collaborateurs présents sur le stand sont restés à l'entière disposition des visiteurs et ont répondu à leurs questions en matière de formation et d'économie luxembourgeoise. Les 10 et 11 mai, la Chambre de Commerce et la Luxembourg School for Commerce ont organisé deux soirées thématiques, auxquelles plus de 150 ressortissants, partenaires et formateurs ont été conviés.

Outre la possibilité de s'informer par le biais de nombreuses brochures, les visiteurs ont pu également tester leurs connaissances en participant au grand Quiz organisé pour l'évènement. En répondant correctement aux six questions portant sur les activités et missions



Les soirées thématiques de la Chambre de Commerce et de la Luxembourg School for Commerce ont rassemblé quelque 150 ressortissants, partenaires et formateurs

de la Chambre de Commerce, dix participants auront la chance de remporter un des prix mis en jeu, parmi lesquels figurent un iPad, deux iPod et des chèques de formation à faire valoir auprès de la Luxembourg School for

Commerce. Un tirage au sort désignera prochainement les heureux gagnants, dont les noms seront dévoilés dans le cadre d'une cérémonie officielle qui aura lieu au mois de juillet prochain à la Chambre de Commerce. ■

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



millentum.lu



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

24 mai 2012

Succès du séminaire de sensibilisation des entreprises aux risques de corruption et d'ententes dans leurs activités



Un panel d'orateurs spécialisés a présenté les risques de corruption et d'ententes encourus par les entreprises luxembourgeoises

La Chambre de Commerce, en partenariat avec la Fedil, a organisé avec succès un premier séminaire de sensibilisation des entreprises aux risques de corruption et d'ententes dans leurs activités, notamment internationales. Ce séminaire a pris place dans le cadre des lois du 13 février et 23 octobre 2011, introduisant en droit luxembourgeois des mesures de protection pour les donneurs d'alerte (les «whistleblowers»), d'une part, et renforçant les moyens de lutte contre la corruption et les ententes, d'autre part, ainsi que de la recommandation faite par l'OCDE au Grand-Duché de Luxembourg le 23 juin 2011 en vue d'améliorer le degré de sensibilisation et

de connaissance du secteur privé luxembourgeois en ces matières.

La matinée a débuté par une série de workshops, animés par Christophe Jung, Compliance Programme Officer & General Counsel auprès d'ArcelorMittal, Pierre Rauchs, président du Conseil de la Concurrence, Me Nuria Zurita Peralta, avocate à la Cour et Me Hans-Jürgen Meyer-Lindemann, Managing Partner auprès de Shearman & Sterling LLP. Ces workshops ont donné l'occasion à un public averti de débattre avec les orateurs sur les défis et enjeux de la mise en place d'un programme de compliance dans une multinationale, les interactions des réglementations luxembourgeoise, communautaire et américaine en

droit de la concurrence sur les entreprises nationales ainsi que les mesures de protection du salarié donneur d'alerte.

Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, a ouvert la conférence tenue en présence du ministre de la Justice, François Biltgen, au cours de laquelle des orateurs spécialisés, parmi lesquels Pierre-François Wery, Partner chez PwC Luxembourg et Frank Hallez, Regional Compliance Officer de Siemens S.A., se sont succédés pour présenter les risques encourus par les entreprises luxembourgeoises eu égard aux réglementations applicables et le programme de compliance, modèle de lutte contre la corruption, mis en place par le groupe Siemens depuis quelques années.

Robert Dennewald, président de la Fedil, a clôturé la conférence en soulignant l'importance pour les dirigeants luxembourgeois de s'assurer que les valeurs éthiques d'une saine concurrence soient respectées et que des programmes de compliance soient mis en œuvre dans leurs entreprises.

Le ministère de la Justice, la Chambre de Commerce et la Fedil se sont engagés à continuer leurs efforts de sensibilisation du secteur privé aux risques de corruption et d'ententes, afin de soutenir les entreprises luxembourgeoises dans la mise en place de standards éthiques élevés.



Le ministère de la Justice, la Chambre de Commerce et la Fedil se sont engagés à soutenir les entreprises luxembourgeoises dans la mise en place de standards éthiques élevés

Visite de SE Monsieur Masanori Tanimoto, gouverneur de la Province d'Ishikawa à la Chambre de Commerce



A l'occasion du dixième anniversaire de la création de l'association Ishikawa Luxembourg au Japon et Luxembourg-Ishikawa au Luxembourg, Pierre Gramegna a accueilli SE Masanori Tanimoto, gouverneur de la Province japonaise d'Ishikawa dans les locaux de la Chambre de Commerce

A l'occasion du dixième anniversaire de la création de l'association Ishikawa-Luxembourg au Japon et Luxembourg-Ishikawa au Luxembourg qui a pour mission de coordonner les activités de l'organisation, Pierre Gramegna, directeur Général de la Chambre de Commerce, a accueilli ce jeudi 25 mai 2012 SE Masanori Tanimoto, gouverneur de la Province japonaise d'Ishikawa dans les locaux de la Chambre de Commerce. Ce dernier était accompagné de SE Takashi Suetsuna, ambassadeur du Japon au Luxembourg et d'une délégation japonaise composée d'éminentes personnalités issues du monde des affaires et de la politique.

L'accord pour promouvoir les échanges culturels et économique avait été signé en mai 2001 et au fil des années,



Un premier accord de coopération signé en mai 2001, pour promouvoir les échanges culturels et économiques entre le Japon et le Luxembourg a été reconduit pour renforcer la collaboration entre les deux pays



SE Masanori Tanimoto, gouverneur de la Province japonaise d'Ishikawa était accompagné de SE Takashi Suetsuna, ambassadeur du Japon au Luxembourg et d'une délégation japonaise composée d'éminentes personnalités issues du monde des affaires et de la politique

de nombreuses activités ont été mises en œuvre par les deux associations. Citons entre autres, un programme d'échanges annuel pour étudiants, plusieurs salons avec présentations de produits, des rencontres entre hommes d'affaires pour œuvrer à la promotion du développement des échanges commerciaux ou encore des forums économiques, terrains d'échanges d'expériences et d'exploration des possibilités de coopérations et de partenariats. Les associations ont également facilité les échanges culturels entre les deux pays.

Dix ans après la signature du premier accord, les deux associations ont réitéré leur souhait de développer leurs échanges et de renforcer leur collaboration en signant un nouvel accord de coopération. C'est dans ce cadre que Pierre Gramegna, en qualité de président de l'association Luxembourg-Ishikawa, a remis en mains propres un livre souvenir au gouverneur de la Province d'Ishikawa, témoignage vivant d'une cinquantaine d'étudiants qui ont pu bénéficier du programme d'échanges.

Peu avant cette rencontre, le ministre du Développement durable et des Infrastructures Claude Wiseler avait rencontré le gouverneur de la Province d'Ishikawa, avec pour objectif d'étudier de nouvelles opportunités liées aux activités de Cargolux à l'aéroport de Komatsu qui se trouve dans la province d'Ishikawa.

Une réception marquant le dixième anniversaire de l'association et au cours de laquelle les participants ont pu se livrer à des échanges de vues détaillés, a clôturé cette rencontre. ■

www.cc-tv.lu

CC-TV: la Chambre de Commerce lance sa chaîne vidéo sur Internet



Avec CC-TV, la Chambre de Commerce lance sa propre chaîne vidéo sur Internet. Proposant ses contenus libres d'accès sous [cc-tv.lu](http://www.cc-tv.lu), la nouvelle chaîne vise un public large en ne s'adressant pas exclusivement aux entreprises, mais de manière plus générale à toute personne s'intéressant aux questions économiques du pays. Dans un premier temps, CC-TV proposera des enregistrements de conférences sélectionnées organisées par la Chambre de Commerce, mais la gamme de contenus sera élargie dans les mois à venir.

La Chambre de Commerce organise régulièrement, seule ou avec divers partenaires, des conférences sur des sujets variés traitant de la vie économique luxembourgeoise. Désormais, une sélection de ces conférences sera gra-

tuitement mise à disposition du public intéressé sur une nouvelle chaîne vidéo accessible sous www.cc-tv.lu. Avec cette nouvelle plate-forme d'information, la Chambre de Commerce poursuit les efforts d'optimisation de sa politique de communication et entend fournir un nouveau service à valeur ajoutée.

«CC-TV constitue une nouvelle étape importante dans la mise en œuvre de la stratégie que nous avons récemment développée en matière de médias sociaux. Il s'agit d'assurer un accès et une diffusion aussi larges que possible aux conférences et séances d'information que nous organisons. Bien souvent ces conférences affichent complet ou se tiennent à des horaires qui ne conviennent pas forcément à tout le monde. Grâce à CC-TV, il sera dorénavant possible de visionner les conférences à tout moment de la journée», explique Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce.

CC-TV a fait le choix de publier ses vidéos sur la plate-forme Vimeo plutôt que sur YouTube. Un choix qui n'a d'ailleurs rien de fortuit. «Vimeo est pour les plate-formes vidéo ce que LinkedIn est aux réseaux sociaux: l'alternative professionnelle. A l'opposé de YouTube, seuls des contenus d'une certaine qualité sont acceptés sur Vimeo, qui propose, en outre, toute une série d'autres avantages comme l'absence de publicités, des possibilités de personnalisation

considérables, des outils statistiques performants ou encore une qualité d'encodage supérieure», commente Patrick Ernzer, conseiller en communication et chargé des médias sociaux auprès de la Chambre de Commerce. Pour assurer une diffusion optimale aux contenus vidéos qu'elle met à disposition, la Chambre de Commerce a d'ailleurs décidé d'accorder des droits de diffusion très larges à toute personne souhaitant relayer les vidéos, puisque celles-ci pourront, par «embedding», être librement intégrées à d'autres sites Internet. La diffusion des vidéos pourra également se faire par le biais des grands réseaux sociaux, puisque CC-TV propose les fonctions de partage traditionnels via Facebook, Twitter, Google+, Pinterest ou encore Tumblr. Enfin, les utilisateurs pourront commenter les vidéos diffusées et poser des questions sur les thématiques abordées. L'équipe de la Chambre de Commerce s'efforcera de répondre au plus vite aux questions posées et aux réactions suscitées.

Après le lancement de son nouveau site Internet fin 2011 et du blog de son chef économiste en février dernier, la chaîne de vidéos CC-TV vient compléter la gamme d'outils dont dispose la Chambre de Commerce pour communiquer avec le public. D'autres projets web 2.0 sont d'ores et déjà en préparation. ■

LES CONFÉRENCES DE LA CHAMBRE DE COMMERCE À PORTÉE DE MAIN

WWW.CC-TV.LU



CC^{TV}
CC-TV.lu

CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

8 juin 2012

Visite de S.E. Mme Maria Rita Ferro, ambassadeur du Portugal



S.E. Maria Rita Ferro, ambassadeur du Portugal, a été accueillie à la Chambre de Commerce par Pierre Gramegna, directeur général

Le 8 juin 2012, S.E. Maria Rita Ferro, ambassadeur de Portugal, a été reçue à la Chambre de Commerce par Pierre Gramegna dans le cadre d'une réunion de travail. Licenciée en philosophie auprès de l'Université de Lisbonne, S.E. Maria Rita Ferro était auparavant Ministre

plénipotentiaire et a pris entre autres la direction des Services de l'Europe à la Direction Générale des Relations Bilatérales. Après avoir été consul général à Madrid, elle a été ambassadeur en Tunisie. L'objet de cette entrevue était d'explorer ensemble les possibilités de développement de la coopération entre les

deux pays. Le Portugal est actuellement le 19^e en importance en matière d'importation au Luxembourg. Il se classe 35^e pays de destination pour les exportations en provenance du Luxembourg. Chaque année, la Chambre de Commerce organise une Journée d'Opportunités d'Affaires (JOA) sur le Portugal et plusieurs forums et séminaires donnés en l'honneur du Portugal ont eu lieu à la Chambre de Commerce. En 2010, la Chambre de Commerce a co-organisé une mission économique dans le cadre de la visite d'Etat au Portugal avec la participation d'une cinquantaine d'entreprises luxembourgeoises. Le 28 avril 2011, l'événement «Innovating Portugal – Seminar & B2B Meetings» a réuni 21 entreprises portugaises et 42 entreprises luxembourgeoises qui a donné lieu à l'organisation de 120 rendez-vous d'affaires. En 2004, le président Jorge Sampaio et une délégation d'hommes d'affaires avaient été reçus à la Chambre de Commerce et en 2007, le président Prof. Anibal Cavaco Silva avait également été accueilli à la Chambre de Commerce dans le cadre d'une visite au Luxembourg. ■

Médiation

Inauguration des bureaux du Centre de Médiation Civile et Commerciale

Le 20 juin 2012 a eu lieu, à la Cité Judiciaire à Luxembourg, l'inauguration officielle des bureaux du Centre de Médiation Civile et Commerciale (CMCC) hébergés depuis début mai dans l'aile du Tribunal d'Arrondissement. Avec l'entrée en vigueur de la nouvelle loi du 24 février 2012 sur la médiation en matière civile et commerciale qui encadre désormais la procédure de médiation, le CMCC s'est

donné les moyens pour être à la hauteur des tâches auxquelles il sera appelé dans les mois à venir.

Issu du Centre de Médiation du Barreau de Luxembourg, le nouveau Centre de Médiation Civile et Commerciale (CMCC) se compose des trois membres fondateurs du CMBL que sont l'Ordre des Avocats du Barreau de Luxembourg, la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers.

Le nouveau Conseil d'administration du CMCC est quant à lui composé de Me Jacques Wolter, en qualité de Président, de Tom Wirion, Directeur adjoint à la Chambre des Métiers, en qualité de trésorier et de Roland Jaeger, juriste à la Chambre de Commerce, en qualité de secrétaire. Le CMCC dispose dorénavant de bureaux ouverts au public à la Cité Judiciaire, ainsi que d'un secrétaire général chargé de la gestion

journalière en la personne de Me Dr. Jan Kayser.

Dans son discours d'accueil, le président a retracé le travail pionnier effectué par le Centre de Médiation du Barreau de Luxembourg et a rendu hommage à Me Pierre Thielen, auquel il succède en tant que président de l'association, ainsi qu'à Paul Emring, directeur adjoint à la Chambre de Commerce, qui en a été le secrétaire depuis sa création en 2003. Me Wolter a ensuite mis en évidence les avantages de la médiation qui permet aux parties de trouver une solution amiable concertée dans des délais souvent plus courts, et à moindre frais que lors de procédures judiciaires traditionnelles. L'intervention d'un professionnel qualifié et compétent, spécialisé dans la matière qui oppose les parties en cause, en est un autre atout. La procédure, qui reste confidentielle, constitue ainsi le mode alternatif par excellence pour la résolution de conflits. Il s'agit maintenant de sensibiliser la société civile, le monde du commerce et le monde judiciaire à adopter le «réflexe médiation».

C'est Eliette Bauler, présidente du Tribunal d'Arrondissement de Luxembourg, qui a officialisé l'inauguration par la remise d'une clé symbolique au secrétaire général. Les participants, parmi lesquels Lydie Err, médiatrice du Grand-Duché, et les médiateurs agréés du Centre, ont ensuite eu l'occasion d'échanger leurs idées, leurs expériences et ont pu esquisser les orientations futures.



Eliette Bauler, Présidente du Tribunal d'Arrondissement de Luxembourg, a officialisé l'inauguration du Centre de Médiation par la remise d'une clé symbolique au secrétaire général, Maître Dr. Jan Kayser



(de g. à d.) Anne-Sophie Theissen, Roland Jaeger (Chambre de Commerce), Me Jacques Wolter, Me Dr. Jan Kayser et Tom Wirion (Chambre des Métiers)

Désireux d'investir aux quatre coins du monde ?

Conquérir les marchés internationaux n'est pas une tâche facile. La Chambre de Commerce encourage et soutient concrètement le développement des entreprises luxembourgeoises actives dans le monde entier.

Chambre de Commerce
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg
+352 42 39 39 - 360/310
international@cc.lu
www.cc.lu



21 juin 2012

Remise des distinctions honorifiques

Lors d'une cérémonie qui a eu lieu le 21 juin dernier à la Chambre de Commerce, Etienne Schneider, ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur et Michel Wurth, président de la Chambre de Commerce, ont remis les décorations conférées à plusieurs ressortissants de la Chambre de Commerce, couvrant notamment les secteurs de l'industrie, du commerce et de l'Horesca, ainsi qu'à ses employés méritants.

■ **Ordre Grand-ducal de la Couronne de Chêne** **Médaille en Argent**

- Monsieur Fernand CONRARDY
Vice-Président du Groupement des Entrepreneurs de Transport Gosseldange
- Monsieur Nico ROESGEN
Membre du Groupement des Entrepreneurs de Transport Peppange

Médaille en Vermeil

- Madame Arlette MILBERT
Membre du Comité de l'Horesca Echternach
- Madame Claudine SPELTZ
Membre du Comité de la Chambre Immobilière du Grand-Duché de Luxembourg, Howald
- Madame Rosy WAGNER-BRAUCKMANN
Membre du Comité de la Fédération Bureautique Luxembourg

Chevalier

- Monsieur John SCHAMMO
Vice-Président de la FLEEA (Fédération lux. des exploitants d'autobus et d'autocars)
Perlé
- Monsieur Jean-Claude VESQUE
Conseiller à la Chambre de Commerce, Schuttrange

Officier

- Monsieur Robert DENNEWALD
Président FEDIL, Vice-Président de la Chambre de Commerce, Président du Groupement des Fabricants de Matériaux de Construction Luxembourg
- Monsieur Jean-Pierre HEIN
Membre du Comité du GT du secteur des carrières
Insenborn
- Monsieur Carlo Jean-Paul WALENTINY
Membre du Comité Groupement pour l'emploi dans le bâtiment et des travaux publics
Luxembourg

■ **Ordre de mérite** **La Médaille**

- Monsieur Christian KOHNEN
Membre du Comité de la Fédération Bureautique
Mondercange
- Monsieur Michel RODENBOURG
Président honoraire de la clc;
Membre du Conseil d'Administration de la clc,

Membre élu de la Chambre de Commerce

Luxembourg

- Monsieur Jean-Claude SCHAEFER
Membre du Comité de la Fédération luxembourgeoise des Distributeurs en Boissons, Niedercorn
- Monsieur Jean SEIL
Membre du Comité de la Fédération luxembourgeoise de l'Ameublement Roodt/Syre
- Monsieur Bob WALTÉ
Vice-Président de la clc; Membre du Comité de la Fédération luxembourgeoise des loueurs de véhicules Waldbredimus

Chevalier

- Monsieur Roger BARKER
Président de l'International School in Luxembourg
Dippach
- Monsieur Pol FABER
Secrétaire général du Groupement des Entrepreneurs du Bâtiment et des Travaux Publics; Fondé de pouvoir de Recyma S.A.
Bridel
- Madame Romaine HIRSCHLER
Assistante de Direction à la Chambre de Commerce
Dudelage

Officier

- Monsieur Fernand ERNSTER
Vice-Président de la Chambre de Commerce
Luxembourg

Commandeur

- Monsieur Nicolas COMES
Administrateur ILTM
Bridel
- Monsieur René ELVINGER
Membre du Comité ILTM
Walferdange
- Monsieur Pierre GRAMEGNA
Directeur Général de la Chambre de Commerce
Esch/Alzette
- Monsieur Edmond MULLER
Président FIAL
Kleinbettingen



Protection oblige !



**SOCIAL
BENEFIT**

En tant que leader au Luxembourg, nous offrons depuis plus de trente ans à nos clients une prévention santé optimale et haut de gamme dans le domaine de l'assurance maladie privée. Notre assurance collective COMPANY est un avantage social intéressant qui lie les salariés à l'entreprise et renforce l'engagement du personnel pour sa santé et ses performances. Profitez vous aussi des avantages exclusifs de notre COMPANY !

TÉLÉPHONE 42 64 64-700 · COMPANY@DKV.LU · WWW.DKV.LU



CALENDRIER JUIN – NOVEMBRE 2012

Juillet

2 Séminaire Mexique

Septembre

13 Visite d'une délégation officielle et économique de Turquie

19 – 22 Bourse de coopération *b2fair* au salon Sistep-Midest à Casablanca (Maroc)

19 – 24 Stand collectif au Monaco Yacht Show

Octobre

3 – 6 Bourse de coopération *b2fair* au salon Pollutec Casablanca (Maroc)

8 – 10 Stand collectif au salon Expo Real à Munich

15 – 16 Bourse de coopération *b2fair* Match4Industry à Kocaeli, Turquie

15 – 19 Mission officielle en Amérique latine (Mexique et Brésil)

A définir Visite d'une délégation vietnamienne

Novembre

6 – 9 Bourse de coopération *b2fair* dans le cadre du salon Midest à Paris

26 – 30 Mission en Chine

27 – 30 Bourse de coopération *b2fair* dans le cadre du salon Pollutec à Lyon

29 – 1^{er} déc. Bourse de coopération *b2fair* au Indjija Industrial Zone à Belgrade (Serbie)

FOIRES DE JUILLET A SEPTEMBRE 2012

BUREAUTIQUE, COMMUNICATION, MARKETING, TIC

21.08.2012 – 23.08.2012

SuisseEMEX
Zurich (Suisse) – Tél.: +41 443 666110

31.08.2012 – 02.09.2012

Creativ Salzburg
Salzburg (Autriche) – Tél.: +43 662 4477116

COMMERCE

31.08.2012 – 05.09.2012

IFA – Consumer Electronics Unlimited
Berlin (Allemagne) – Tél.: +49 30 3038-0

INDUSTRIE; SOUS-TRAITANCE INDUSTRIELLE

18.09.2012 – 22.09.2012

AMB – Exposition internationale
de l'usinage des métaux
Stuttgart (Allemagne) – Tél.: +49 711 18560-0

LOGISTIQUE ET EMBALLAGE

25.08.2012 – 30.08.2012

INPAK
Gornja Radgova (Slovénie) – Tél.: +386 2 5642100

03.09.2012 – 06.09.2012

LOGISTYKA
Kielce (Pologne) – Tél.: +48 41 36 51 200

20.09.2012 – 23.09.2012

Eurasia Packaging Istanbul
Istanbul (Turquie) – Tél.: +90 212 886-6843

30 April – 3 May

Luxembourg's first participation at the Project Qatar exhibition



The Luxembourg Chamber of Commerce, in close cooperation with the Ministry of the Economy and Foreign Trade, organised Luxembourg's first presence at the 9th edition of the Project Qatar which was held at the Doha Exhibition Centre between April 30th and May 3rd 2012.

The Luxembourg Pavillion was set up by Format S.à r.l, a leading Stand Building Company in Luxembourg. The design of the Pavillion was very innovative and drew the attention of many visitors. 7 Companies were pre-

sent on the Luxembourg Pavillion: ArceloMittal S.A., Fallprotect S.A., Liso-Chem S.A., Maintenance Industrielle (MIG) S.à r.l, Menuiserie Kraemer S.à r.l, Secalt S.A. and Paul Wurth S.A.

Qatar is emerging as one of the most dynamic, innovative and one of the world's fastest growing economies. The successful bid to host the FIFA World Cup 2022 has transformed Qatar into a land of opportunities for anyone involved in the Construction Sector. Official estimates put the planned expenditures for the World Cup infra-



structure, hotels and 12 eco-friendly stadiums at about US\$ 50 billion. Furthermore the Government plans US\$ 65 billion in infrastructure spending by 2016.

With all eyes focused on Qatar for the years to come the edition 2012 of the Project Qatar was highly successful. It was the ideal platform for buyers and suppliers to make contact and to showcase the latest technology and state of the art equipment.

Project Qatar is an exhibition spread over 620.000 square meters with 23 National Pavillions and

over 2000 exhibitors coming from 50 countries. At the visitor level some 45.000 professionals from Qatar, GCC and other Middle East countries were expected.

In the eyes of the Luxembourg participants, our presence at the Qatar project was a success and in accordance with the Ministry of the Economy and Foreign Trade, the Luxembourg Chamber of Commerce announces that Luxembourg will have again a National Pavillion at the 2013 version.

7 – 12 May 2012

From East to West: Luxembourg Economic Mission exploring business opportunities in Canada



© SIP/Luc Deflorenne

Workshop on the subject of Drug Development organised by Luxembourg for Business and Montréal Invivo

During a one week mission in Canada, led by HRH the Crown Prince of Luxembourg and the Minister of the Economy and Foreign Trade, Mr Etienne Schneider, the Luxembourg delegation experienced that the second largest country in the world has more to offer than splendid nature and abundant natural resources. The mission started in Montréal (Québec) where Luxembourg for Business organized in close cooperation with Montréal Invivo a workshop focused on Luxembourg's biotechnology niche. The scope of this seminar was to promote Luxembourg as an ideal partner in the field of drug development among the well developed Québec research community. A lunch-confer-

ence hosted by the Conseil des Relations Internationales de Montréal, a club of export oriented business people, was an excellent networking opportunity for the 60 participants composing the



© SIP/Luc Deflorenne

Visit of the rendering studios of EA-Electronic Arts in Vancouver in presence of HRH the Hereditary Grand Duke of Luxembourg – EA is one of the world's largest gaming software producers

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

05.09.2012 – 07.09.2012

Zero Emission Rome
Rome (Italie) – Tél.: +39 02 66306866

11.09.2012 – 13.09.2012

RWM – Recycling and Waste Management
Birmingham (Grande-Bretagne)
Tél.: +44 207 728-5000

12.09.2012 – 15.09.2012

GaLaBau –
Salon International de la Ville Verte
et des Espaces de Plein Air, Etude – Conception –
Entretien + Playground + Deutsche Golfplatztage
Nuremberg (Allemagne) – Tél.: +49 911 8606-0

14.09.2012 – 16.09.2012

OEKO Foire
Luxembourg (Luxembourg) – Tél.: +352 439 030-1

18.09.2012 – 22.09.2012

HUSUM WindEnergy –
Salon international de l'énergie éolienne
Husum (Allemagne) – Tél.: +49 4841 902-0

INDUSTRIE AUTOMOBILE

11.09.2012 – 16.09.2012

Automechanika –
Salon international
leader des activités liées à l'Automobile
Francfort/Main (Allemagne) – Tél.: +49 69 7575-0

AERONAUTIQUE & AEROSPATIAL

09.07.2012 – 15.07.2012

Farnborough International Airshow
Farnborough (Grande-Bretagne)
Tél.: +44 1252 532800

11.09.2012 – 16.09.2012

ILA Berlin Air Show – Salon international
de l'aéronautique et de l'espace et conférences
Berlin (Allemagne) – Tél.: +49 30 3038-0

CONSTRUCTION

20.09.2012 – 23.09.2012

YAPI – TurkeyBuild Ankara
Ankara (Turquie) – Tél.: +90 212 2667070

MULTISECTORIEL

06.07.2012 – 07.07.2012

START Bayern – Salon de la création d'entreprise,
de la franchise et des jeunes entrepreneurs
Nuremberg (Allemagne) – Tél.: +49 911 97 00 580

31.08.2012 – 09.09.2012

Izmir International Fair
Izmir (Turquie) – Tél.: +90 232 49 71 000



Lunch-conference hosted by the Conseil des Relations Internationales de Montréal



H.E. Mr Jean-Paul Senninger, Ambassador of Luxembourg to the United States and Canada, Mr Alain Côté, Honorary Consul of Luxembourg in Montréal and Mr Pierre Gramegna, Director General, Luxembourg Chamber of Commerce

Luxembourg delegation. The upcoming Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) between Canada and the EU was a topic raised during each discussion. The large majority of Canadian business people foresees a positive impact of this agreement, which will also strengthen the role of Luxembourg as the 4th ranked Foreign

Direct Investor in Canada. Before heading for Vancouver, the delegation made a stopover in Toronto (Ontario) where the visit of MaRS Discovery District, an ICT and health technologies accelerator, left the delegates impressed by its strategic orientation and its organizational structure. During the Vancouver (British Columbia) part, Luxembourg

for Business organized two workshops. The first one aimed to position Luxembourg as a center of excellence for the setting up of eco-technologies companies, while the second one was focused on the highly developed ICT sector in Luxembourg. British Columbian companies got first hand information about the Luxembourg ecosystem and companies testimonials were the perfect complement in order to promote Luxembourg as a hub for business operations within Europe. The program ended with a visit at Northstar, a venture partner of the Office du Ducroire and a visit of the rendering studios of EA-Electronic Arts, one of the world's largest gaming software producers. At the three destinations, our respective Honorary Consuls hosted networking receptions, offering also the possibility to network with the immigrated Luxembourg communities of Montreal, Toronto and Vancouver. As Luxembourg, Canada is a country in need of highly skilled manpower and needs to attract foreigners in order to sustain its economic growth. As a general conclusion one must admit that Canada offers numerous opportunities in the fields of research cooperation for the public institutions as well as for private companies. The well developed Canadian ICT sector is still very much oriented towards the US market and Luxembourg has a true chance to become a European hub for Canadian ICT companies' EU operations. Last but not least the CETA will further open the Canadian market for Luxembourg financial institutions. This mission was a further concrete step to foster and strengthen the Luxembourg-Canadian relations and especially the visit to the French speaking part of Canada showed how similar our business cultures can be.

If you need further information about the Canadian market or on how to enter it, please do not hesitate to contact: International Department
 Contact persons: Daniel Sahr P: (+352) 42 39 39-313 – E-mail: daniel.sahr@cc.lu or
 Anne-Marie Loesch P: (+352) 42 39 39-312 – E-mail: anne-marie.loesch@cc.lu

Luxembourg cleantech company Epuramat signed a major sales and distribution contract with the Canadian wastewater service provider Black Opal



The Luxembourgish water and wastewater treatment specialist Epuramat already has experience in the Canadian market as the company started its International business with the containerized wastewater treatment plant Box4Water there; Epuramat received the initial order for its new system in 2010 from Black Opal in Canada. At that time Black Opal started to build up a fleet of mobile wastewater treatment plants to be offered to operators of oilfield, construction, mining, municipalities, First Nations and logging camps across Canada.

Two years later Black Opal now possesses a considerable fleet of Box4Water plants that are operational in camps in Western Canada. After a successful season in the oilsands, Black Opal now placed an order for additional units of Box4Water, to be delivered before the winter of 2012. The ceremonial contract signature took place during a cleantech business seminar for Luxembourgish and Canadian enterprises, organized by the Luxembourgish Ministry of Economy and Foreign Trade in the Vancouver Fairmont Waterfront Hotel. H.R.H. the Hereditary Grand Duke of Luxembourg and the Minister of Foreign Trade Etienne Schneider were present at this event as well as representatives of the local and Luxembourgish press. ■

**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



1 – 5 October 2012

Belgian-Luxembourg economic mission to Russia

The Chamber of Commerce and Awex propose you to participate in the Belgian-Luxembourg Economic Days in Ulyanovsk and Dimitrovgrad on 1 – 5 October 2012. The Mission will be led by H.E. Guy Trouveroy, Ambassador of the Kingdom of Belgium and H.E. Pierre Ferring, Ambassador of the Grand Duchy of Luxembourg in Russia.

Ulyanovsk offers a world of opportunities for you to discover and the mission is designed to provide substantial added-value to its participants from Belgium and Luxembourg.

Indeed, during the mission, participants will have the possibility to meet high-level counterparts from their sector of activities such as C.E.Os, researchers, engineers, production managers and supply chain supervisors right inside their head offices, to whom they will be able to present their know-how, technology, products and services.

In Ulyanovsk, the program schedules different visits, addressing various fields of activity, like the aviation centre (Avia Star, Volga-Dniepr, Avia Solutions, Vityaz and Aviation Cluster), the automotive sector (UAZ car manufacturer and the Auto components cluster and the centre for nuclear medicine to which the Belgian company IBA is already supplying. Participants will also meet the Minister for Agriculture, who will not only describe the facilities they can benefit from, but also explain the substantial subsidies that may be granted regarding investments in the

food manufacturing sector. The Minister will also present the opportunities for manufacturers and distributors of farm machinery and discuss the Belgian meat sector, and more specifically the well-known Blue-White variety.

■ Draft programme:

October, 2nd: B2B sessions and roundtable discussions of concrete issues, visits to leading companies in Ulyanovsk. Networking events to meet key-leaders and decision-makers, the Governor, Ministers, Mayors and Captains of Industry. VIP Cocktail

October, 3rd: Dimitrovgrad – Visit of the nuclear research centre, NIIAR (Atomic Reactors) and meeting of the academic authority of the university MIFI (Engineering-Physics Institute – Technical University).

The Belgian company IBA will participate in this event and explain how the Federal Centre of Nuclear Medicine Projects Design and the Federal Medico-Biological Agency (FMBA) of Russia have chosen IBA to install a proton therapy centre in the Ulyanovsk Region. It will be the first gantry-equipped proton therapy centre installed in Russia. Visit of DAAZ a major automotive components manufacturer.

October, 4th: Presentation of the Region's potential by the Minister of the Ulyanovsk Government and the CEO of Ulyanovsk Region Development Corporation. Meeting with the Governor – Meeting with the Mayor of the Ulyanovsk City – B2B and factories visits.

Ulyanovsk-Simbirsk is located at the very centre of the Middle Volga Region, in the south-east of the European part of Russia. Its advantageous geographical location in the centre of the industrially developed and densely populated Volga Federal District makes the region an attractive hub for national and international logistics routes.

The industrial base is very developed: within a 500 km radius there are 47 thousand industrial plants producing 15 % of Russia's industrial production.

Within a radius of 1,000 km there are 193 thousand industrial plants, which produce more than 50 % of Russia's industrial production.

Ulyanovsk is one of the 20 largest cities in Russia. The main industry in Ulyanovsk Region is machine building, mainly catering to the needs of the following business areas:

- Aviation production;
- Car production;
- Machine tool building;
- Heavy power and vehicle engineering;
- Electrical engineering industry.

For the last few years, a number of international companies came to the Ulyanovsk Region: Japanese company TAKATA, British SABMiller, American MARS, German Gildemeister AG, Fresenius, Henkel, Quarzwerke, French FM Logistic, Legrand, Auchan, Danish Hempel and many others.

The Ulyanovsk Region Government managed to provide administrative support to the investors. A special institution for regional development – Ulyanovsk Region Development Corporation – was established to make the work with investors more efficient. This institution searches and attracts investors and acts as a one stop shop providing them with many investment related services, such as best suitable land plot selection, administrative project support, financial support and staff recruitment services among others. Companies, which carry out investment projects in the Ulyanovsk Region are provided with a unique set of incentives and subsidies. ■

If you want to take part in the economic mission and in the Belgian programme, book a hotel or obtain more information, please contact: Arkady Arianoff

P: (+32) 473 94-8655 – E-mail: a.arianoff@cdbl.org

Maria Landenok

P: (+32) 2 264 36-53 – Email: maria.landenok-ex@solvay.com

Registration for the Wallonia based companies, please contact

Yves Richard (y.richard@awex.be)

from AWEX and benefit from special conditions.

Participez aux Golden Bridge Export Awards

Le Golden Bridge Award, qui se déroule chaque année, récompense l'entreprise belge ou luxembourgeoise qui a connu le plus grand succès à l'exportation vers le Royaume-Uni, aussi bien dans le secteur tertiaire que dans le secteur secondaire. Cet évènement a été créé en 1997 par la Chambre de Commerce belgo-luxembourgeoise en Grande-Bretagne pour souligner les progrès des exportations de la Belgique et du Luxembourg vers le Royaume-Uni. Il met en valeur le succès des entreprises belges et luxembourgeoises au Royaume-Uni, mais également l'importance primordiale de l'esprit d'exportation de ces entreprises, lors des éditions précédentes, les gagnants et finalistes ont pu constater que cette récompense a renforcé leur réputation, aussi bien au niveau national, que sur le marché britannique, et qu'il représente une motivation supplémentaire pour leurs employés. De plus, bon nombre d'entreprises ayant remporté un Golden Bridge Export Award ont décidé de sponsoriser ou plus simplement de soutenir l'évènement les années suivantes.

Pour désigner les gagnants, le jury, composé d'anciens vainqueurs, d'ambassadeurs, d'attachés économiques régionaux ou encore de sponsors, tient principalement compte des initiatives ayant fait preuve d'intelligence envers des nouveaux marchés, d'innovations ayant créés de nouvelles opportunités, et de persévérance persévérance dans la conquête du marché britannique.

L'exportation vers le marché britannique a-t-elle été fructueuse durant ces

trois dernières années? Votre entreprise a-t-elle été couronnée de succès de façon régulière dans le domaine de l'exportation tout en gardant son indépendance ces dernières années? Votre entreprise a-t-elle réussi à s'imposer rapidement à l'export? Si la réponse à ces questions est positive, vous pouvez devenir le prochain gagnant du Golden Bridge Export Awards 2012.

Le 15 novembre 2012, la Chambre de Commerce belgo-luxembourgeoise

en Grande Bretagne (BLCC) récompensera, pour la 16^e année consécutive, les meilleures entreprises belges ou luxembourgeoises qui exportent vers le Royaume-Uni. La cérémonie qui se tiendra au cœur de Londres, sera également l'occasion de remettre le Best PME Award, ainsi que le Best Newcomer Award à l'entreprise qui a connu l'expansion la plus rapide.



Pour participer, il suffit de remplir le questionnaire se trouvant sur le site www.blcc.co.uk et d'envoyer un bilan financier à la BLCC en Grande-Bretagne.

Pour toute question: Michel Vanhoonacker

Tél.: (+44) 207 127 4292 – E-mail: info@blcc.co.uk – Date limite de dépôt des formulaires de participation:

15 septembre 2012

24 mai 2012

Fit4fFairs: les clés d'une participation réussie!

2^e volet: Marketing et Communication



Le 24 mai 2012, dans le cadre d'un cycle complet de trois conférences sur le thème «Fit4 Fairs: Stratégies pour une participation réussie aux salons professionnels à l'étranger», s'est déroulé dans les locaux de la Chambre de Commerce, le 2^e volet de ce cycle autour du thème «Marketing et Communication».

Organisée dans le cadre des activités de l'Enterprise Europe Network Luxembourg (EEN) de la Chambre de Commerce, cette conférence, qui complète le 1^{er} volet «Stratégie, Planification et Financement», avait pour but de soutenir les PME désireuses de mieux se positionner sur de nouveaux marchés étrangers.

Tout comme le 1^{er} volet, qui avait exhorté les entreprises participantes à s'interroger sur les bonnes raisons de participer à un salon à l'étranger, les orateurs ont réitéré leurs conseils et recommandé aux PME de se fixer, avant le salon, des objectifs clairs, précis et mesurables, en corrélation avec la stratégie globale de l'entreprise.

D'une manière générale, ce 2^e volet vise à mieux encadrer les exposants à une foire ou à un salon à l'étranger afin d'améliorer la qualité et les résultats de leur participation et optimiser leur visibilité pendant la manifestation.

Après le mot de bienvenue prononcé par Sabrina Sagromola, gérant de l'EEN – Luxembourg auprès du Département International de la Chambre de

Commerce, Jean-Thomas Leplat, General Manager, auprès d'Ataxis Wallonie, a lors d'une allocution d'ouverture, exposé les nouvelles contraintes auxquelles sont confrontées les PME, dans un contexte économique marqué par un secteur où les foires et salons sont en pleine mutation: disparition des petites foires, émergence d'une multitude de nouveaux salons régionaux, concurrence sévère de ce certains acteurs – clefs, incontournables. D'où la nécessité pour le futur exposant de savoir se positionner, en tentant de résoudre plusieurs équations: «quel salon pour quel marché? Quel stand pour quel exposant? Quel produit pour quel visiteur ...?»

Mettant l'accent sur le fait que les foires et salons constituent un chaînon essentiel de la prospection de nouveaux marchés, il a estimé qu'afin d'en faire un bon usage, il convient de les intégrer dans les trois phases préliminaires à la commercialisation: le développement, le positionnement et la communication.

Pour Hans-Jorg Klecha, directeur général de «it's Fair Agency Tradeshows & Marketing», le stand d'un exposant doit véritablement être une carte de visite attrayante, servir de bureau prototype, afin de refléter de manière significative par son design, ses proportions et son apparence, l'entreprise.

Vincent Hieff, attaché, Département Création et développement des Entreprises, Chambre de Commerce a, lui,

vanté les mérites pour l'exposant d'élaborer une stratégie marketing efficace afin d'optimiser une participation aux salons professionnels. Cette stratégie doit se décliner en huit éléments-clefs: la sélection des salons et foires, l'élaboration des objectifs, la promotion des salons, la communication à la clientèle de la présence de l'entreprise sur le salon, l'optimisation du trafic (ou comment optimiser le choix de son stand), le focus de l'attention d'un public-cible, la couverture du suivi après le salon, la catégorisation des contacts et l'évaluation de la réussite du salon.

Cyrille Dubois, représentant le Consortium Centre de Recherche Henri-Tudor-IRP Helpdesk, dans le cadre de sa présentation «*Les règles de conduite indispensables de propriété intellectuelle pour bien préparer sa communication salon*», a sensibilisé les exposants sur l'importance d'assurer une protection intellectuelle (PI) adéquate à l'information divulguée dans le cadre de foires ou de salons.

Pour être efficace, la protection intellectuelle doit cependant être garantie, avant, pendant, et après le salon.

En amont, l'exposant devra tout d'abord identifier le profil de l'entreprise, l'objet des technologies proposées, ainsi que les informations qui seront divulguées dans le cadre de l'offre de produits ou de services. L'intérêt évident d'une démarche de protection est de garantir la sécurité juridique des informations divulguées et d'assurer à leurs titulaires la preuve de leur propriété et de leur antériorité face au risque potentiel d'éventuels contrefacteurs.

Pour ce faire, il convient de dresser l'inventaire des outils de propriété intellectuelle qui potentiellement pourront être divulgués (invention, logiciel, article, dessin, savoir faire, site Internet). Ceci suppose au préalable de vérifier la documentation promotionnelle de l'entreprise et de penser à y associer la forme de protection appropriée.

Il incombe ensuite à l'exposant de rechercher la PI dans le(s) pays où les produits et services seront distribués,

étant donné que les DPIS sont territoriaux, c'est-à-dire qu'ils ne sont en vigueur que dans les pays ou zones géographiques pour lesquels la protection est demandée et accordée (DPI, secrets, confidentialité, etc.).

En ce qui concerne la diffusion promotionnelle pendant/sur les salons, il conviendra de s'assurer que l'information diffusée est protégée de manière visible par l'annotation de symboles, à côté de l'information à protéger (le «c» visant le copyright ou le «r», visant la protection de la marque). Afin d'éviter à l'entreprise/l'exposant de se voir usurper ses idées nouvelles et savoirs-faire ainsi que toute nouveauté qui pourrait y être associée. Ainsi, l'information doit rester confidentielle lorsque l'objet, n'est soit pas protégeable, soit ne bénéficie pas encore d'une PI. Par ailleurs, la collecte appliquée de toute preuve tangible de contrefaçon ou mieux, la conclusion pendant la foire/le salon d'accords de confidentialité ou de non divulgation sont d'autres moyens efficaces pour garantir la PI.



Niels Dickens, gérant adjoint de l'EEN-Luxembourg, a axé sa présentation sur les «GR business days 2012» s'étant déroulé les 13 et 14 juin, la première édition de ce salon de la Grande Région, une initiative de la Chambre de Commerce de Luxembourg, en coopération avec Luxexpo et MLG events. L'approche de ce salon était résolument nouvelle, a expliqué Niels Dickens, car il proposait une gamme variée et inédite de services à valeur ajoutée, tant au niveau des secteurs

ciblés que de la forme des événements qui y étaient proposés: tables rondes, conférences interactives, forums du secteur de l'automobile, villages dédiés aux start-ups, speed – demo permettant une présentation rapide des entreprises.

Le dernier volet du cycle de conférences se tiendra le 28 septembre prochain. Il aura pour thème «Follow-up et mesures d'impact de l'opération».

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 de 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;
- Le partenariat industriel;
- Le partenariat technologique;
- Les formes participatives de partenariat.

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 coopéra-

tion bien déterminée, vous pouvez 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:

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 polonaise, spécialisée dans la fabrication de produits cosmétiques naturels pour les soins du visage, du corps et des cheveux, recherche des grossistes, des distributeurs et des agents commerciaux (EEN 20120523028)
- 2 Société arménienne, spécialisée dans la conception, la production et la vente de meubles en bois et de produits semi-finis en bois, recherche des partenaires commerciaux (agents, représentants, distributeurs) et offre ses services pour des contrats de production réciproque (EEN 20120428004)
- 3 Société britannique, recherche un sous-traitant en Europe qui puisse produire son système de compaction des déchets domestiques. Le partenaire doit avoir une expertise dans la production de produits électromécaniques à prix raisonnables. Il doit également posséder l'accréditation ISO9000 et avoir la capacité de produire jusqu'à 20 000 unités par an (EEN 20120424050)
- 4 Société française, spécialisée dans la production de plus de 40 types de jus de fruits et de légumes 100 % naturels, recherche des intermédiaires commerciaux tels que des agents et des distributeurs (EEN 20120424045)
- 5 Société espagnole, spécialisée dans la production de vêtements de pressothérapie pour traitements postopératoires (après la chirurgie plastique), le traitement des brûlures, des lymphœdèmes et la production de bandages ajustables, recherche des distributeurs de matériel et vêtements orthopédiques au Luxembourg (EEN 20120426016)
- 6 Société roumaine, spécialisée dans la sous-traitance pour la production d'une large variété de tissus vestimentaires et domestiques, offre ses services en tant que sous-traitant pour les producteurs de tissus ou d'ameublement (EEN 20120514028)
- 7 Société turque, spécialisée dans la production de rideaux, recherche des distributeurs. La société est également intéressée par une joint-venture (EEN 20120503006)
- 8 Société irlandaise, spécialisée dans le transport maritime et terrestre, offre ses services de transport et de logistique aux entreprises européennes (EEN 20120430016)
- 9 Consortium agro-alimentaire italien, spécialisé dans la commercialisation de produits locaux de haute qualité (olives, huile, pâtes, vin), recherche des intermédiaires commerciaux, principalement des distributeurs et des contrats de joint-venture (EEN 20120428001)
- 10 Société tchèque, spécialisée dans la production de vêtements de protection contre le feu (jusqu'à 600° C) pour le travail du fer, l'industrie d'ingénierie métallique et les pompiers, recherche des distributeurs pour ses produits ainsi que des partenaires pour des contrats de production réciproque. La société offre également des contrats de sous-traitance (EEN 20120427003)

BON DE COMMANDE – BOA – Merkur Juin 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 mai au 10 juin 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 mai au 10 juin 2012

1	2012/C 143/08	Avis du Comité économique et social européen sur «La préparation de la Conférence des Nations unies sur le développement durable (Rio+20)»
2	2012/C 143/04	Avis du CESE sur le thème «Pour une perspective citoyenne et humaniste de la politique du marché intérieur»
3	2012/C 154/07	Date d'application des protocoles relatifs aux règles d'origine prévoyant un cumul diagonal de l'origine entre l'Union européenne, l'Albanie, la Bosnie-et-Herzégovine, la Croatie, l'ancienne République yougoslave de Macédoine, le Monténégro, la Serbie et la Turquie

Décisions publiées du 18 mai au 10 juin 2012

4	2012/283/UE	Conclusion de l'UE sur les statuts et le règlement intérieur modifiés du Groupe international d'études du caoutchouc
5	2012/286/UE	Décision de la Commission du 31 mai 2012 relative à la création d'un groupe d'experts en matière de sûreté des transports terrestres

Directive publiée du 18 mai au 10 juin 2012

6	2012/13/UE	Droit à l'information dans le cadre des procédures pénales
---	------------	--

Règlements publiés du 18 mai au 10 juin 2012

7	459/2012	Règlement sur les émissions des véhicules particuliers et utilitaires légers
8	461/2012	Règlement concernant les adaptations relatives à la suppression des variables sur les entrées de commandes industrielles

BON DE COMMANDE – Textes européens – Merkur Juin 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

**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

Formation Professionnelle continue (FPC)

La Luxembourg School for Commerce présente 27 nouvelles formations et affiche une nette progression des inscriptions



La «Luxembourg School for Commerce» (LSC) présente son catalogue de formation professionnelle continue pour le 2^e semestre 2012

La «Luxembourg School for Commerce» (LSC), l'organisme de formation de la Chambre de Commerce, vient de présenter son catalogue FPC du 2^e semestre 2012 et, consécutivement, ses chiffres clés relatifs à la formation continue. Les statistiques sont encourageantes. En effet, le nombre d'inscriptions est en augmentation constante chaque année, et sur les cinq premiers mois de 2012, la LSC a pu enregistrer une

hausse de 46 % par rapport à 2011 sur la même période. De plus, le développement de nouveaux produits de formation demeure une préoccupation centrale: pas moins de 27 nouvelles formations seront offertes au second semestre dans de nombreux domaines et secteurs d'activité.

L'offre de la LSC se fonde sur trois piliers: la formation professionnelle initiale (FPI), la formation professionnelle continue (FPC) et la formation professionnelle universitaire (FUN). C'est traditionnellement en mai que la LSC présente son catalogue (FPC) pour le 2^e semestre de l'exercice courant. La présentation du nouveau catalogue permet aussi de présenter le bilan de l'exercice écoulé et de donner des prévisions pour l'année courante. L'exercice 2011 a marqué pour la LSC une progression des inscriptions aux formations professionnelles continues, totalisant 10.218 participants.

Tous les programmes de formation ont progressé par rapport à 2010:

- «LSC Entrepreneurship», visant en premier lieu les créateurs d'entreprise, affiche 1.038 inscrits (+15,6 %);
- «LSC Progress», programme reprenant des formations «classiques» du type généraliste et sectoriel, 4.305 participants (+10,8 %);
- «LSC Seminars», la plate-forme de séminaires gérée avec l'OLAP et la Chambre des métiers, 1.821 inscrits (+1,7 %);

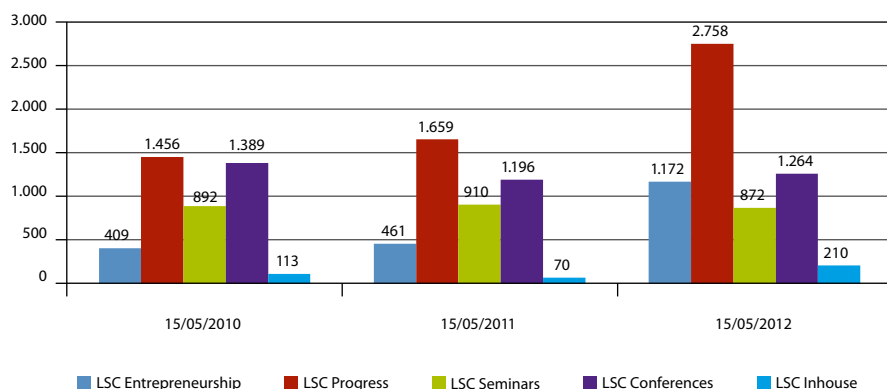
- «LSC Conferences», le «conference business» de la LSC, 2.725 participants (+4,8 %)
- «LSC Inhouse», le pôle des formations sur mesure, 329 inscrits (+40,6 %).

L'année 2012 s'annonce prometteuse, comme le montre le comparatif d'inscriptions aux différents programmes de formation en date des 15 mai 2010/2011/2012, ci-après.

De bons résultats imputables à la capacité de la LSC à proposer des formations en adéquation avec les besoins du marché. Pour ne citer que deux exemples: suite à la réforme du droit d'établissement, le cours «Level 1 – Formation pour l'accès à la profession de commerçant» a enregistré 235 inscriptions, alors que pour un grand nombre de participants, les nouvelles dispositions légales ne rendaient plus cette formation indispensable à l'obtention d'une autorisation de commerce. Le succès de cette formation fut tel que six sessions ont été organisées, contre quatre initialement prévues. D'autre part, le nouveau parcours de formation intitulé «Apprendre la comptabilité à partir de 0» a également été couronné de succès avec 750 inscriptions aux différents modules de cette formation en date du 15 mai 2012.

Des formations pour tous les niveaux

L'approche stratégique de la LSC pour le développement de son offre se traduit par un contact permanent avec les clients, afin d'offrir une diversité adaptée. Ainsi la LSC est non seulement compétente dans des domaines et des secteurs variés, mais elle tient également compte des différents niveaux d'expertise des publics-cibles. La déclinaison de l'offre selon trois niveaux de qualification (initiation, perfectionnement, expertise), permet de mieux orienter le client dans



son choix. Afin d'améliorer le service au client, la LSC vient de créer son «Pôle conseil en formation», destiné à accompagner et orienter ses clients confrontés à toute question liée à la formation continue, dans une optique de «lifelong guidance».

Pour rendre son offre de formation encore plus transparente, la LSC a revisité la présentation de son offre de formation dans son catalogue pour le 2^e semestre 2012:

- «LSC Sectoral» regroupe dès lors les formations développées sur base de demandes spécifiques d'une branche professionnelle ou d'un secteur économique;
- «LSC Security» rassemble maintenant les formations visant à implémenter une culture de sécurité et santé au travail au sein de l'entreprise,
- «LSC Higher Education» embrasse les formations organisées avec des partenaires pédagogiques issus du monde académique du Luxembourg et de la Grande Région.

Formation Professionnelle Continue: 27 nouvelles formations pour la rentrée

En dehors d'une meilleure lisibilité, le nouveau catalogue «Formation Professionnelle Continue II/2012» se caractérise notamment par le lancement de 27 nouvelles formations, lesquelles se répartissent sur les domaines suivants:

- «Innovation, créativité et propriété intellectuelle»;
- «Capital Humain»;
- «Responsabilité sociale de l'entreprise»;
- «Comptabilité et Finance»;
- «Economie»;
- «General Management»;
- «Commerce»;
- «Industrie».

Ainsi, le domaine «Innovation, créativité et propriété intellectuelle» a été développé afin de fournir aux participants des formations aussi complètes qu'alignées avec les besoins du marché sur cette thématique. Quatre nouveaux séminaires en propriété intellectuelle seront lancés en partenariat avec le ministère de l'Economie et du Com-

merce Extérieur, Luxinnovation et le CRP Henri Tudor. De plus, des formations de perfectionnement en «Techniques de management de l'innovation», sont présentées en partenariat avec Luxinnovation et le CRP Henri Tudor.

Par ailleurs, des nouveautés dans le domaine «Capital Humain» ont été élaborées en étroite concertation avec des experts du secteur. Ce programme comporte désormais des séminaires d'expertise sur des thèmes contemporains, tels le télétravail ou le «burn out» en entreprise. En matière d'assurance-qualité, la LSC et l'Institut de Formation Bancaire du Luxembourg (IFBL) proposent une «formation pour formateurs» en deux niveaux – fondamentaux et perfectionnement – destinée à outiller les formateurs avec les techniques et les connaissances pédagogiques nécessaires à un enseignement qualitatif et réussi. Un autre domaine de formation, «General Management», est mis à l'honneur avec la formation «Management skills pour cadres et dirigeants», proposée en collaboration avec HEC ULg Liège, et adaptée aux nouveaux challenges managériaux. ■

Les personnes intéressées peuvent commander un exemplaire gratuit du catalogue auprès de la LSC par téléphone au 42 39 39-220 ou par e-mail: info@lsc.lu. Le catalogue est consultable en ligne sur www.lsc.lu.

L'offre en matière de formation professionnelle continue de la LSC est complétée par le catalogue de la plate-forme commune avec la Chambre des Métiers et l'OLAP.

Première remise des certificats du programme «Fit4commerce»

Mieux réussir l'orientation, l'insertion et la réinsertion professionnelle avec le projet «Fit4Commerce»

Le projet-pilote «Fit4Commerce», cofinancé par le Fonds Social Européen et le ministère du Travail et de l'Emploi, a été développé conjointement par la Luxembourg School for Commerce (LSC), le ministère du Travail et de l'Emploi, l'Agence pour le Développement de l'Emploi (ADEM), la Confédération Luxembourgeoise du Commerce (clc) et l'Institut Universitaire International Luxembourg (IUIL). Pour favoriser l'insertion et la réinsertion pro-

fessionnelle des demandeurs d'emploi, le programme prévoit un diagnostic des compétences techniques et sociales des demandeurs d'emploi inscrits à l'ADEM, suivi de formations individualisées pour pallier les carences des candidats à la lumière des corridors de compétences définis par les entreprises du commerce de détail.

C'est au nom de tous les partenaires du programme «Fit4Commerce» que Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Immigration

et Gérard Eischen, directeur a.i. de la Luxembourg School for Commerce ont eu le plaisir de procéder à la première remise des certificats du programme «Fit4Commerce», qui s'est tenue dans les locaux de la Chambre de Commerce ce jeudi 7 juin 2012.

Gérard Eischen s'est félicité du soutien que le ministre du Travail et de l'Emploi a attaché à ce projet innovant dès son lancement, mais aussi de la parfaite collaboration entre les différents partenaires dans l'intérêt des deman-



De gauche à droite au premier rang: Gary Kneip, président de la clc, Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Immigration, et Gérard Eischen, directeur a.i. de la LSC, entourés des lauréats et partenaires du programme de formation «Fit4Commerce»



Nicolas Schmit, ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Immigration, a exprimé son soutien au programme «Fit4Commerce» et félicité les lauréats

deurs d'emploi et de l'économie. Le directeur a.i. de la LSC a souligné que le succès de l'initiative réside dans la mise en adéquation des compétences dans le chef des demandeurs d'emploi avec les exigences des entreprises. Le ministre du Travail et de l'Emploi a confirmé que les entreprises éprouvent souvent de sérieuses difficultés à recruter

des collaborateurs compétents et motivés, malgré un taux de chômage en constante augmentation. Le programme «Fit4Commerce» répond aux besoins concrets du secteur et propose aux demandeurs d'emploi un parcours de formation sur mesure pour les préparer à un nouveau défi professionnel. Nicolas Schmit a félicité les 27 lauréats

pour leur implication et leurs efforts personnels, qu'il espère être récompensés prochainement par la conclusion d'un contrat de travail. Le ministre du Travail et de l'Emploi a annoncé que la prochaine promotion de candidats sera lancée d'ici la fin du mois de juin. La remise des certificats s'est clôturée par un verre d'honneur. ■

Pour de plus amples informations, veuillez contacter:

- **Ministère du Travail et de l'Emploi**
Patrice Furlani – Tél.: (+352) 24 78 61-19 – E-mail: patrice.furlani@mt.etat.lu
- **clc**
Silvia Teixeira – Tél.: (+352) 43 94 44-1 – E-mail: silvia.teixeira@clc.lu
- **ADEM**
10, rue Bender – L-1229 Luxembourg

Fred Lion – E-mail: fred.lion@adem.etat.lu
Lis Trierweiler – E-mail: lis.trierweiler@adem.etat.lu
Mathieu Troian – E-mail: mathieu.troian@adem.etat.lu
- **LSC**
Doris Mulombe – Tél.: (+352) 42 3939-220 – E-mail: doris.mulombe@lsc.lu
- **IUIL**
Diane Durinck – Tél.: (+352) 26 15 92-14 – E-mail: diane.durinck@iuil.lu

VOUS ÊTES
RÉPUTÉ
POUR INVESTIR
DANS CE QUI
RAPPORTE

AVEC LSC PROGRESS
PROPOSEZ À VOTRE ÉQUIPE
DES FORMATIONS
EN RESSOURCES HUMAINES

Découvrez toutes nos formations
et le **nouveau catalogue** sur www.lsc.lu



Luxembourg
School
for Commerce

LSC

Business Education & Training

Plus de la moitié des actifs sont satisfaits de l'offre de formation continue



L'INFPC publie les résultats de la deuxième partie de l'enquête menée par l'Observatoire de la formation visant à cerner la perception du concept d'éducation et de formation tout au long de la vie par la population active.

Le salarié, acteur et principal bénéficiaire de sa formation ...

Les jeunes actifs sont plus nombreux à penser qu'il faut responsabiliser le salarié vis-à-vis de sa formation: 68 % des 18-24 ans estiment qu'il incombe au salarié de prendre l'initiative d'un projet de formation continue. En revanche, près de sept actifs sur dix (67 %) estiment que la formation devrait être à la charge de l'employeur.

Les responsables formation sont les personnes de référence

Pour obtenir des informations sur les formations ou les mesures d'aide à la formation, un quart des actifs interrogés (24 %) se tournent vers leur entreprise et s'adressent notamment à la personne en charge de la formation. Viennent ensuite les organes de formation des Chambres professionnelles, le ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle, avec ses différents services, et les offreurs de formation privés. 14 %

ignorent vers qui se diriger lorsqu'ils ont un projet de formation. Les jeunes de moins de 25 ans (19 %) et les frontaliers (18 %) sont plus nombreux à ne pas savoir vers qui se tourner en cas de formation. Une explication très probable réside dans la méconnaissance du système national de formation continue et de ses acteurs.

Les actifs sont globalement satisfaits de l'offre de formation

Plus de la moitié des personnes interrogées (56 %) trouvent l'offre de formation continue au Luxembourg satisfaisante; 9 % se déclarent même «complètement satisfaites». En revanche, un actif sur cinq (18 %) n'est pas convaincu par l'offre de formation.

Un actif sur cinq envisage de suivre une formation dans les 12 mois à venir

21 % des actifs ont l'intention de participer à une formation dans les douze mois à venir. Les formations en «Langues» sont les plus prisées: 32 % d'entre eux projettent de suivre une formation dans ce domaine.

Le Fonds européen
d'investissement



Pour de plus amples informations sur ces données, vous pouvez consulter Formabref «La perception de l'éducation et de la formation tout au long de la vie par la population active – Partie 2» sur le site infpc.lu ou commander gratuitement un exemplaire à info@infpc.lu

La qualité de la formation: discours ou réalité?

Une conférence sur la qualité de la formation organisée par l'INFPC et le CRP Henri Tudor le 23 mai dernier, a remporté un vif intérêt et a réuni près de 200 personnes. Coproduction de la formation, clarté et transposabilité

des acquis d'apprentissage, formation continue des formateurs, compétence des gestionnaires de formation et pilotage du processus de formation, autant de leviers qui ont émergé des témoignages et des débats sur la question de la qualité de la formation. La formation

met en jeu un système d'acteurs dont les intérêts sont souvent divergents. La démarche d'amélioration de la qualité de la formation passe avant tout par l'implication et la collaboration de ces acteurs à un intérêt commun. S'agissant de la définition des acquis d'ap-

prentissage, en termes d'aptitudes et de compétences, ils doivent répondre à des critères de clarté et de standardisation, afin d'en faciliter la validation et la reconnaissance pour assurer leur transposabilité à un autre programme d'apprentissage ou un autre métier et d'en garantir la valorisation à travers la démarche de validation des acquis de l'expérience (VAE), en vue de l'obtention d'un diplôme. Du côté des formateurs, leur compétence pédagogique est, sans conteste, une clé essentielle de la qualité de la formation. Il leur appartient d'actualiser en permanence cette compétence pour s'adapter à des exigences sans cesse changeantes de la part des donneurs d'ordre et des apprenants. Au niveau des gestionnaires de formation, leur compétence en ingénierie de formation est un facteur qui facilite le processus de gestion de la formation ainsi que leur dialogue avec les autres acteurs de la formation. Finalement, la formation est un processus dont la qualité du pilotage conditionne le résultat final. Pour ce faire, il importe d'identifier les critères et indicateurs pertinents permettant d'évaluer et de réguler



Près de 200 personnes ont assisté à la conférence organisée par l'INFCP et le CRP Henri Tudor, portant sur les critères de qualité d'une formation

les modalités de mise en œuvre de la formation.

Le CRP Henri Tudor et l'INFCP entendent donner une suite à la confé-

rence au moyen de workshops destinés à approfondir la réflexion relative à la mise en action de ces principaux leviers, voire à en faire émerger d'autres. ■

OLAP – Rapport d'activité 2011

Un millésime exceptionnel grâce à la formation dite «Inhouse»

L'Office Luxembourgeois pour l'Accroissement de la Productivité A.s.b.l. (OLAP) est un des grands acteurs du marché de la formation professionnelle continue au Grand-Duché. Son offre est composée d'une part de cours et séminaires, présentés sous forme d'un catalogue, qui ciblent aussi bien les professionnels que les particuliers. D'autre part l'OLAP peut tailler des formations sur mesure et les réaliser en interne en fonction des besoins des entreprises, administrations et associations. Avec 332 actions de formation dispensées et 2.628 participants enregistrés, l'exercice 2011 de l'OLAP se place en tête du classement des cinq dernières années en termes de nombre d'actions réalisées.

Plusieurs facteurs ont contribué à ce succès, dont notamment un parten-

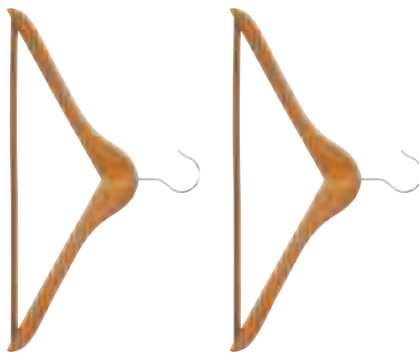
ariat fort entre l'OLAP, la LSC et la Chambre des Métiers. Le succès des cours et séminaires proposés par la plate-forme commune mise en place dès 2006, témoigne d'une efficacité exemplaire en matière de synergies entre les trois organismes. 192 actions, qui ont attiré 1.607 participants, ont été réalisées dans ce cadre. Par ailleurs, le résultat du volet de la formation intra-entreprise, dite «Inhouse» a été exceptionnel, avec plus de cent formations réalisées pour près de mille participants. L'OLAP et ses partenaires continuent d'améliorer leur offre de formation, soit par la proposition de nouveautés ou l'adaptation de l'offre existante à des publics très ciblés.

Le rapport entier est disponible sur notre site web www.olap.lu, rubrique «News». ■



Donnons un coup d'accélérateur à l'emploi des jeunes

Entreprises, déclarez vos postes d'apprentissage



Bénéficiez des nombreux avantages liés à l'apprentissage

- ▶ Assurez la formation de vos futurs collaborateurs au plus près des exigences de votre entreprise
- ▶ Participez à l'insertion professionnelle des jeunes
- ▶ Bénéficiez des aides financières prévues pour les entreprises formatrices

Formulaire de déclaration à télécharger sur www.lsc.lu ou www.adem.lu
Déclaration auprès de l'Adem au 247 -85387/ 247-85480
Plus d'informations : Luxembourg School for Commerce au 42 39 39 -220



Déclaration de postes d'apprentissage

Code du Travail Livre premier - Titre premier - Contrat d'apprentissage
(Art. L. 111 - 1 - Art. L. 113 - 6)

La déclaration des postes d'apprentissage à l'Agence pour le développement de l'emploi est obligatoire.
Le placement en apprentissage est assuré par le Service d'Orientation professionnelle.

*matricule obligatoire afin de garantir le traitement adéquat

Employeur :	
Matricule* :	_____
Nom :	_____
Adresse :	_____
Téléphone :	_____ Fax: _____

1) Apprentissage : Poste(s) offert(s) _____ apprenti/e(s) _____
(nombre) (profession/métiers)

DAP/CATP CCM CCP DT Apprentissage initial

Poste(s) offert(s) _____ apprenti/e(s) _____
(nombre) (profession/métiers)

DAP/CATP CCM CCP DT Apprentissage adulte

En cas de déclaration de « conseiller en vente », prière d'indiquer la spécialisation correspondante :

2) Le/la candidat(e) est invité(e) à contacter M/Mme _____

et/ou à se présenter le _____ à _____ heures.

Candidat/e de votre choix: au cas où vous avez déjà un(une) candidat(e)	Matricule* : _____
	Nom : _____
	Adresse : _____

_____ , le _____
(Localité) (Date) (Nom et signature/cachet)

Prière de renvoyer la présente à l'adresse
ADEM - Orientation professionnelle
Boîte postale 19 - L-2010 Luxembourg
ou par Fax : 40 61 39
Tél. : 247-85387 / 247-85480

Vous avez l'esprit d'entreprise ?

ESPACE ENTREPRISES

L'esprit d'entreprise est un atout majeur !
 La Chambre de Commerce vous encourage dans vos démarches en vous assistant dans votre projet de création ou de développement de votre société. N'hésitez pas à nous contacter.

Espace Entreprises
Chambre de Commerce
7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg
+352 42 39 39 - 330
info@espace-entreprises.lu
www.espace-entreprises.lu



CHAMBRE DE COMMERCE LUXEMBOURG

Votre partenaire pour la réussite

SUMMER TRAINING 2012 BY OLAP

SEMAINE DU DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

- | | |
|----------|---|
| 13+14.08 | La PNL pour votre pratique professionnelle quotidienne |
| 14.08 | Devenir un participant efficace en réunion |
| 16.08 | Développez votre assertivité: L'affirmation de soi |
| 17.08 | Améliorez votre organisation personnelle pour maîtriser vos échéances |

SEMAINE DE LA COMMUNICATION

- | | |
|-------|--|
| 21.08 | Elaborez des courriers attractifs |
| 21.08 | Gérez les situations difficiles au téléphone |
| 22.08 | Réussir ses interventions en public |
| 23.08 | Améliorez vos techniques de prise de notes |
| 23.08 | Rédigez des comptes rendus clairs et précis |
| 24.08 | De professionellen Empfang um Telefon (L) |

SEMAINE DU COMMERCE

- | | |
|----------|--|
| 28+29.08 | Les achats durables et responsables |
| 30.08 | Le juridique et les achats |
| 30+31.08 | Vendre à tout prix... ou accompagner son client dans sa décision d'achat |
| 31.08 | Les e-achats |

SEMAINE DU MANAGEMENT

- | | |
|----------|---|
| 03+04.09 | Das 1x1 der schlechten Chefs |
| 04+05.09 | Prendre les choses en main sans empoigner les autres |
| 06+07.09 | Ensemble, c'est tout... ou comment motiver vos collaborateurs par l'utilisation du coaching |

SEMAINE DU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

- | | |
|----------|---|
| 10.09 | Work-Life Balance - Grundlagen und Strategien |
| 11.09 | Work-Life Balance - 5 Schritte zum Erfolg |
| 12+13.09 | Libérez-vous du stress et de la pression |
| 14.09 | Burnout: Wenn Arbeit krank macht |



DÉTAILS DES FORMATIONS ET INSCRIPTIONS SUR
www.olap.lu (rubrique Formations/SummerTraining 2012)

T 48 98 48-1

LA FORMATION CONTINUE N'EST PAS UN FRUIT DÉFENDU

Formation au Business Plan Social

Premier workshop destiné aux participants du parcours 1,2,3 GO Social



Thomas Sorrentino a lancé deux projets reconnus pour leur innovation, leur impact social et leur efficacité économique

Le mercredi 13 juin 2012, Business Initiative A.s.b.l. a organisé une journée de formation pour les participants du parcours 1,2,3 GO Social sur le thème du Business Plan Social, suivi d'un Speed Coaching à la Chambre de Commerce Luxembourg. C'était la première fois que cette formation, déjà organisée les années précédentes pour les porteurs de projets innovants du parcours 1,2,3 GO, était également proposée aux porteurs de projets à finalité sociale ou solidaire du nouveau parcours 1,2,3 GO Social, lancé en novembre 2011 dans le cadre du plan d'action pour le développement de l'économie solidaire au Luxembourg, mené par le département de l'économie solidaire du ministère de l'Économie et du Commerce extérieur.

Dès 10h00, les participants ont pu assister à l'atelier «*L'entrepreneuriat social pour qui, pour quoi?*» animé par l'invité d'honneur Thomas Sorrentino, directeur de la Communication d'Ashoka France/Belgique/Suisse. Cette association, créée en 1980 en Inde, a popularisé le terme d'entrepreneur social et est considérée comme le plus grand réseau d'entrepreneurs sociaux existant à ce jour.

Lors de l'atelier «*Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le Business Plan Social*», Thomas Sorrentino a

présenté les particularités du business plan Social par rapport au business plan classique.

Un business plan classique présente de façon structurée et transparente la manière dont une idée commerciale est mise en œuvre, quelles sont les ressources nécessaires et quels résultats sont attendus à quelles échéances, en répondant à des questions du type: «*Quelle est mon offre? En quoi ma business idea est-elle unique? Existe-t-il une demande? Quelles sont mes compétences-clés? Comment se composera mon équipe? Quel sera mon positionnement sur le marché? Quelles sont mes chances de succès au regard de la concurrence? Quels sont les moyens à ma disposition (humains, financiers, technologiques, commerciaux...)?*». Le business plan est par ailleurs un instrument indispensable pour convaincre de nouveaux partenaires commerciaux, qu'il s'agisse d'investisseurs, de collaborateurs, de fournisseurs ou encore de banques.

Lors de la rédaction d'un business plan social, le contenu du dossier doit être adapté davantage à l'objectif d'une telle entreprise: celui d'un changement social au travers de la réalisation d'une mission. La démarche et les moyens mis en œuvre doivent être en cohérence avec des principes d'action spécifiques. Ici, 100 % des bénéfices financiers sont réinvestis dans l'entreprise. De cette différence entre le modèle économique d'une entreprise classique et celui d'une entreprise sociale découlent des différences de stratégie, dont il faudra tenir compte lors de la rédaction d'un business plan. Le but du business plan social est d'offrir un cadre d'analyse assurant que les décisions prises dans les différents domaines (stratégie, marketing, finances, RH,...) soient cohérentes avec la mission et les principes de l'organisation et qu'ils permettront de créer la valeur économique et sociale attendue, tout en assurant la pérennité de la structure.

Thomas Sorrentino, 34 ans, est directeur de la Communication d'As-

hoka France/Belgique/Suisse et s'emploie à faire reconnaître l'importance des entrepreneurs sociaux au monde du business, aux pouvoirs publics et à la société civile. Entrepreneur social lui-même, Thomas Sorrentino a lancé deux projets reconnus pour leur innovation, leur impact social et leur efficacité économique: le Comptoir Général, le premier espace événementiel écologiquement et socialement responsable à Paris, ainsi que l'Ancien Carmel de Condom, un lieu de vie solidaire situé dans le Sud-Ouest de la France où des personnes en difficulté cohabitent avec des vacanciers. Thomas a précédemment été le plus proche collaborateur de Yann Arthus-Bertrand, le célèbre photographe aérien connu pour son travail sur le projet La Terre Vue du Ciel.

Ashoka est une organisation internationale sans but lucratif, présente dans 70 pays, dont l'objectif est de contribuer au développement et à l'efficacité du secteur de l'entrepreneuriat social, un secteur qui «*entreprend autrement*» en mettant l'Homme au centre de ses préoccupations. Son action clé consiste à soutenir des Entrepreneurs Sociaux innovants pour les aider à démultiplier leur impact sur la société et à diffuser largement leurs idées. Plus de 3000 de ces personnes d'exception font aujourd'hui partie du réseau Ashoka dans le monde et bénéficient de ses synergies.

En fin d'après-midi de cette journée, les porteurs de projets 1,2,3 GO Social ont participé à un Speed Coaching, à l'occasion ils ont rencontré les experts du réseau 1,2,3 GO Social lors de rendez-vous individuels de 3 x 30 minutes, afin de recevoir des conseils personnalisés sur leurs projets.

Pour clôturer l'événement, les futurs entrepreneurs aux projets sociaux et solidaires ont pu s'entretenir avec les orateurs et les coachs du réseau 1,2,3 GO Social, lors d'un cocktail-networking.

Business Initiative A.s.b.l.

Créée en 2000 par la Chambre de Commerce Luxembourg, la FEDIL Business Federation et Luxinnovation, Business Initiative A.s.b.l. a pour mission de **diversifier l'économie** et de **stimuler la création d'entreprises innovantes en Grande Région**, ainsi que la création d'**entreprises à finalités sociales et solidaires** au **Grand-Duché de Luxembourg**.

Business Initiative gère et anime le **réseau interrégional 1,2,3 GO** composé de **400 experts et entrepreneurs** qui accompagnent gratuitement les porteurs de **projets innovants** dans le cadre du **parcours de plans d'affaires 1,2,3 GO**.

Le 24 novembre 2011, Business Initiative A.s.b.l. a lancé **1,2,3 GO Social**, un nouveau dispositif d'accompagnement pour les projets d'entreprises à **finalité sociale ou solidaire** au Grand-duché de Luxembourg, qui s'intègre 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'Economie et du Commerce extérieur.

Concrètement, 1,2,3 GO Social offre un **coaching gratuit** et personnalisé **dans l'élaboration de business plans** pour les porteurs de projets à finalité sociale ou solidaire. En fin de parcours, les projets avec les meilleurs business plans sociaux seront révélés au public lors d'une Soirée de Clôture qui aura lieu fin novembre 2012 à Esch-sur-Alzette, et récompensés par un soutien financier et une visibilité médiatique accrue.

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, ING Luxembourg, la Fondation Tremplin sous l'égide de la Fondation de Luxembourg, l'Œuvre Nationale de Secours Grand-duchesse Charlotte, et des partenaires bénévoles tels que Uni.lu, le CRP Tudor, Etika A.s.b.l.



CRÉATEURS D'ENTREPRISES INNOVANTES
en Grande Région :

Bénéficiez d'un **ACCOMPAGNEMENT GRATUIT**
pour élaborer votre **BUSINESS PLAN**!

Inscription gratuite & en toute confidentialité sur
www.123go-networking.org

MERCI À NOS PARTENAIRES, DES ENTREPRISES CITOYENNES!

NOS PARTENAIRES FINANCIERS:



NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS:



NOS PARTENAIRES MÉDIAS:



ORGANISÉ PAR:



BusinessMentoring

Une troisième promotion dans les starting-blocks

Le cycle de recrutement 2012 s'achèvera en septembre pour le programme BusinessMentoring, qui, à ce jour, a permis à 25 entrepreneurs de bénéficier du soutien d'un mentor. A l'issue des derniers comités de sélection, une troisième promotion d'entrepreneurs sera ainsi officiellement constituée, puis présentée publiquement le 28 novembre, à la Chambre de Commerce.

D'accès gratuit, ce programme a pour but d'aider de «jeunes» chefs d'entreprise (les mentorés) à augmenter leurs chances de succès, en les mettant en relation avec des dirigeants chevronnés (les mentors). L'accompagnement mentorale implique un soutien du mentoré par le mentor via son expérience, sur une période de 12 à 18 mois, en vue de contribuer au développement de son entreprise et de sa personnalité entrepre-

neuriale. Cet accompagnement bénévole se déroule dans un environnement privilégiant la confidentialité et l'éthique.

A ce jour, plus de 50 chefs d'entreprise ont pris part au programme et 25 binômes ont été constitués.

Pour rappel, le programme consiste notamment en:

- des rencontres mensuelles et individuelles entre mentor/mentoré,
- une plate-forme d'échanges entre chefs d'entreprises et Pairs,
- une vingtaine d'activités de networking par an, dont une soirée de présentation des mentorés, marquant le début de chaque nouveau cycle mentorale.

Les bénéfices directs les plus souvent cités par les mentorés sont les suivants:

- briser son isolement et prendre du recul,

Vous souhaitez saisir l'opportunité de booster votre développement personnel et celui de votre entreprise? Opter pour un accompagnement individuel privilégiant l'éthique et le partage: dépôt de candidature jusqu'au 15 septembre 2012 sur www.business.mentoring.lu

Mentorat d'affaires



PLUS DE 20 ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉS...POURQUOI PAS VOUS?

- ✓ 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 et apprenez à mieux vous connaître
- ✓ Améliorez votre capacité à prendre des décisions

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

DÉPÔT DE DOSSIER JUSQU'AU 15/09/12 SUR:
WWW.BUSINESSMENTORING.LU
 CONTACT:
INFO@BUSINESSMENTORING.LU



PARCE QUE RIEN NE PEUT REMPLACER L'EXPÉRIENCE !

- renforcer sa confiance en soi,
- renforcer ses compétences managériales et développer des habiletés (négociation, communication ...),
- mieux se connaître en tant que chef d'entreprise,
- être conforté dans ses prises de décision,
- mieux comprendre la culture d'entreprise luxembourgeoise ou les spécificités commerciales de certains marchés,
- ne pas «se reposer» sur ses acquis et identifier de nouvelles perspectives de développement,
- bénéficier d'une mise en réseau avec d'autres entrepreneurs ...

Forum Luxinnovation Business meets research 2012

Plus de 400 participants au forum Luxinnovation



Plus de 400 chercheurs et entrepreneurs ont participé au Forum Business meets Research

La 5^e édition du Forum Business meets Research a connu, cette année encore, un grand succès avec la participation de plus de 400 chercheurs et entrepreneurs. Organisé en étroite coopération avec les organismes de recherche publics et le Fonds National de la Recherche, le forum a pour objectifs de promouvoir les partenariats entre les entreprises et les acteurs de la recherche publique, souligner les résultats, le savoir-faire et l'expertise de la recherche et favoriser le transfert de compétences.

■ La Sarre, région partenaire de la 5^e édition du forum Business meets Research

Organisé cette année sur deux jours, le Forum Business meets Research s'est déroulé les 22 et 23 mai dernier. Gilles Schlessler, directeur de Luxinnovation, a salué les nombreux représentants économiques, scientifiques et politiques présents lors de la séance d'ouverture. Dans son intervention, Pierre Gramme-

gnat, directeur général de la Chambre de Commerce, a souligné une des nouveautés du Forum, qui consiste, chaque année, à mettre à l'honneur une région partenaire. L'invité d'honneur 2012 était la région frontalière de la Sarre qui, avec des institutions de recherche de qualité et de nombreuses entreprises innovantes constitue un partenaire de choix pour les acteurs luxembourgeois. François Biltgen, ministre de l'Enseignement supérieur et de la recherche, s'est d'ailleurs félicité de ce rapprochement en précisant qu'«unir nos forces pour atteindre l'excellence scientifique est cruciale pour un petit pays comme le Luxembourg d'autant plus que dans l'optique du nouveau programme cadre de recherche, développement et d'innovation à venir, Horizon 2020, il apparaît primordial de commencer à construire des partenariats solides». La représentante du Gouvernement du Land de la Sarre, Susanne Reichrath, a évoqué les efforts de la politique de recherche et

d'innovation mise en place. C'est d'ailleurs un chercheur allemand de renommée internationale, le Prof. Dr Wolfgang Wahlster, directeur du DFKI (Deutsches Forschungszentrum für künstliche Intelligenz) de Sarrebruck, qui a clôturé la matinée en abordant la 4^e révolution industrielle par le développement des interactions homme-machine et des produits intelligents.

■ 8 workshops thématiques organisés par les clusters

Fort du succès rencontré lors des éditions précédentes, le Forum Business meets Research a proposé une série de workshops en lien avec les thématiques couvertes par la Luxembourg Cluster Initiative (www.clusters.lu) animée par Luxinnovation. Durant la journée du 22 mai, ce sont plus de 30 intervenants qui se sont succédés, lors des 8 workshops programmés, pour présenter les compétences et résultats des organismes de recherche publics luxembourgeois en



Susanne Reichrath, représentante du Gouvernement du Land de la Sarre



François Biltgen, ministre de l'Enseignement supérieur et de la recherche

matière de sciences et technologies de la santé, d'éco-technologies, de technologies de l'information et de la communication (TIC), de matériaux et technologies de production ou encore de technologies spatiales. Des chercheurs sarrois ont également eu l'occasion de présenter leurs activités en matière de réalité augmentée ou dans le domaine des matériaux.

Le Forum Business meets Research a également été l'occasion de présenter une nouvelle brochure d'information pour les chercheurs étrangers désirant s'installer au Luxembourg, éditée par EURAXESS Services Centre Luxembourg et cofinancé par la Commission européenne: Foreign researcher's guide to Luxembourg. Le document fournit une présentation générale du Luxembourg, un aperçu de l'environnement de la recherche à Luxembourg, et répond également à toutes les questions pratiques liées à l'installation des chercheurs.

■ Favoriser les coopérations concrètes entre entreprises et chercheurs

Aujourd'hui, l'importance des collaborations public-privé dans le domaine de la recherche et de l'innovation n'est

plus à prouver. Les échanges humains constituent le vecteur d'interaction le plus efficace entre la recherche publique et les entreprises, c'est pourquoi la formule Business meets Research combine chaque année networking et conférences.

La matinée du 23 mai était dédiée aux échanges au travers notamment de trois sessions de networking organisées parallèlement. L'Innovation Matchmaking était un des temps forts de ce Forum avec plus de 400 rendez-vous programmés à l'avance. Ces rencontres bilatérales entre chercheurs et entreprises ont offert la possibilité d'échanger sur des sujets communs et d'initier de nouvelles collaborations.

Autre session de networking, co-organisée avec le Fonds National de la Recherche, le «Science Career Matchmaking» invitait les participants à rencontrer des doctorants et chercheurs post-doctoraux pour discuter de leurs projets de recherche et des perspectives dans les domaines des matériaux et des TIC. Des sessions d'informations sur les financements nationaux et européens, les transferts de technologies ou encore la valorisation des résultats de recherche étaient également proposées toutes les 30 minutes.

Plus d'informations Luxinnovation Agence Nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche
Tél.: (+352) 43 62 63-1 – E-mail: info@luxinnovation.lu – www.luxinnovation.lu
sur les intervenants du Forum Business meets Research
ou sur les différentes sessions de networking sur: www.business-meets-research.lu

ILNAS –CRP Henri Tudor

White Paper «Digital Trust – Towards excellence in ICT»: vif intérêt manifesté par les professionnels des TIC

La présentation du Livre blanc intitulé «Digital Trust – Towards excellence in ICT», issu d'un projet de recherche commun entre l'ILNAS et le CRP Henri Tudor, a réuni une centaine de participants le 11 juin 2012 dans les locaux du CRP Henri Tudor.

Pour assurer le développement de l'économie numérique tout en garantissant la qualité et la sécurité des échanges, la confiance numérique constitue un ins-

trument clé au service de la compétitivité nationale. Dans ce contexte, l'ILNAS et le CRP Henri Tudor ont mené un projet de recherche commun «NormaFI-IT» pour analyser le domaine de la confiance numérique sous différents angles et pour aboutir à la publication d'un Livre blanc. Celui-ci a été rendu public au cours d'une conférence qui a attiré un grand nombre d'acteurs nationaux du secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC).

Jean-Marie Reiff, directeur de l'ILNAS, qui a ouvert la conférence et Jean-Pol Michel, Business Development Director au sein du CRP Henri Tudor, ont montré, via cette initiative commune, toute l'importance des collaborations entre partenaires nationaux pour contribuer au développement socio-économique du pays.

Le Livre blanc a ensuite été présenté en détails par Jean-Philippe Humbert, adjoint à la direction et responsable du

service de la confiance numérique au sein de l'ILNAS. A ce titre, le Livre blanc est composé de quatre chapitres. Le premier porte sur la notion de confiance numérique, le deuxième se focalise sur des outils techniques pour la confiance numérique; le troisième traite de la confiance numérique par le biais de la sécurité de l'information et le quatrième porte sur la confiance numérique via la connaissance de la normalisation et de la certification.

Les principaux résultats, ainsi que les opportunités issus du projet de recherche commun «NormaFI-IT» ont été présentés par Alain Renault, Senior R&D Engineer au CRP Henri Tudor. Enfin et en exclusivité, la règle technique d'exigences et de mesures pour l'accréditation des PSDC (Prestataires de Services de Dématérialisation et/ou de Conservation) a été dévoilée à cette occasion par Alain Wahl, responsable de dossiers et de systèmes qualité au sein du service de la confiance numérique de l'ILNAS.

Les présentations de la conférence, le Livre blanc, ainsi que la règle tech-



Alain Wahl, Jean-Pol Michel (CRPHT), Jean-Philippe Humbert et Jean-Marie Reiff (ILNAS) lors de la présentation du White Paper Confiance Numérique

nique sont disponibles sur le site Web de l'ILNAS (www.ilnas.public.lu). En outre, l'ILNAS a participé au salon ICT Spring, organisé les 19 et 20 juin 2012 à Luxexpo pour assurer la promotion de ses activités, notamment celles en lien avec les sujets développés au sein

du Livre blanc. Une attention particulière a été apportée à la normalisation des TIC: des experts dans ce domaine étaient présents pour éclairer les visiteurs et les orienter, si besoin, vers les comités techniques pertinents suivant leur activité. ■



Votre comptabilité est-elle prête ?

- Nouveau plan comptable
- e-TVA
- eCDF
- FAIA

Vous



integrrix.



infodata
Créateur de Logiciels

22 Zone Industrielle, L-8287 KEHLEN
Tél : (+352) 33 16 48 - 1
Mail : info@infodata.lu
<http://www.infodata.lu>



Antoine Machado, directeur de Rotomade et Emmanuelle Delorme, directrice commerciale de Biorock

Success story Innovation et recherche

Rotomade, du plastique à l'assainissement des eaux usées

Spécialisée depuis 2003 dans la confection de pièces plastiques par rotomoulage, l'entreprise luxembourgeoise Rotomade connaît une très forte croissance depuis 2010. Le secret de son succès? La fabrication, en collaboration avec un professionnel de l'assainissement, d'un système de traitement non collectif des eaux usées, le plus performant du marché à l'heure actuelle. Elle le commercialise à travers le monde par l'entremise de sa filiale Biorock.

Issu du monde de la plasturgie, rien ne prédisposait Antoine Machado à s'intéresser au domaine de l'assainissement. Pourtant, c'est aujourd'hui ce secteur qui permet à son entreprise Rotomade de connaître une belle réussite. «Cela fait plus de trente ans que

je travaille dans le plastique, confie Antoine Machado. J'ai créé Rotomade en 2003, avec mon associé Gilles Delaisse, après être passé par de grands groupes et autres multinationales.»

Pour Rotomade, l'aventure commence au sein du centre d'entreprise

et d'innovation Ecostart à Foetz, avec le soutien de Luxinnovation. «On est parti d'un métier qu'on connaissait bien, peu répandu, mais que nous avons identifié comme étant un métier d'avenir», explique le gérant, qui a choisi le Luxembourg pour sa posi-

tion centrale, au cœur de l'Europe, et pour son plurilinguisme. Spécialisée dans la conception et la réalisation de cuves en plastique par rotomoulage, l'entreprise a commencé son activité en répondant aux besoins de l'industrie, en fabriquant des pièces sur-mesure, en petites ou moyennes séries, avant de s'orienter aussi vers la récupération des eaux de pluie. «Il faut le reconnaître, nous avons connu des débuts difficiles, explique Antoine Machado. En 2007, nous avons quitté le centre Ecostart pour nous installer à Bascharage. Pour l'anecdote, nous avons été le premier occupant du Site Industriel S.A. (SISA), l'ancien site occupé par TDK et depuis lors reconditionné.» Malgré les difficultés rencontrées, Antoine Machado a continué à croire en son projet et à chercher de nouveaux débouchés.

■ **Entreprise certifiée ISO 9001**

2010 marque un tournant important dans l'histoire de Rotomade. C'est à cette époque que naît la filiale Biorock, lancée en étroite association avec un professionnel de l'assainissement, à parts égales. «Le système Biorock® a été développé et distribué par notre partenaire depuis 1988. Il a trouvé en nous le partenaire idéal. Il avait le métier, nous avons la capacité industrielle et la force de vente», confie Antoine Machado. Il se trouve qu'aujourd'hui le secteur de l'assainissement non collectif des eaux usées rencontre une demande très forte partout en Europe. Pour Rotomade, qui profite de son expertise en rotomoulage pour fabriquer les cuves, et Biorock, la croissance est depuis lors au rendez-vous.

En 2011, le chiffre d'affaires du groupe a atteint 6,6 millions d'EUR. L'objectif est désormais de doubler l'activité et d'atteindre un effectif de 85 personnes à l'horizon 2015, contre 45 actuellement. Pour accompagner cette croissance, Rotomade-Biorock a veillé à revoir sa structure et l'entreprise a obtenu en février 2012 la certification ISO 9001. «Ce n'est qu'une étape dans notre projet de développement, mais cette certification est un signal fort qu'on veut donner à nos partenaires et clients, un signe de notre volonté de croissance et de maîtrise de la qualité.» Grâce à son système biologique d'assainissement non collectif

des eaux usées et un positionnement prix compétitif, Biorock affiche de belles performances avec une activité pratiquement exclusivement tournée vers l'exportation. Si les pays transfrontaliers du Luxembourg absorbent 60 % des livraisons, l'autre partie prend la direction de l'Afrique, de l'Amérique du Sud, du Moyen Orient, de la Scandinavie ou encore de l'Angleterre.

■ **Ambitieux programme de développement**

«Notre produit se distingue par sa simplicité, détaille Antoine Machado. Il s'agit d'un système d'assainissement biologique certifié, qui fonctionne sans électricité et demande une maintenance réduite, tout en autorisant de longues périodes d'absence. Il est basé sur une double filtration mécanique et biologique. Dans une fosse sceptique traditionnelle, l'eau est chargée en bactéries. Notre système utilise une micro-station d'épuration complémentaire qui permet d'obtenir une eau parfaitement neutre, incolore et inodore, proche de l'eau de pluie.»

Dans un contexte économique difficile, le groupe Rotomade-Biorock se félicite de la bonne marche de ses affaires, sans pour autant se reposer sur ses lauriers. Il a identifié de nouveaux marchés, de nouvelles régions à servir et de nouveaux développements à mener. «A chaque étape de la vie de l'entreprise, Luxinnovation a été un partenaire privilégié. Aujourd'hui encore, alors que nous sommes en pleine expansion, ils sont toujours de bon conseil», souligne Antoine Machado qui ne cache pas ses ambi-

tions. «Nos solutions d'assainissement sont regardées de près et nous savons que la concurrence ne va pas rester les bras croisés. L'innovation est un élément important. Nous entamons un programme ambitieux de recherche et développement. Il vise la mise sur le marché, d'ici trois à cinq ans, d'un produit plus performant.» Parce que pour avancer, il faut anticiper.

Cette success story est également parue sur le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche (www.innovation.public.lu).

Le portail offre depuis sa mise en ligne en 2003, une entrée unique et centralisée à toute l'information sur la recherche, le développement (R&D) et l'innovation au Luxembourg. Il est géré par Luxinnovation, pour le compte du ministère de l'Economie et du Commerce extérieur. Son contenu est réalisé en partenariat avec les acteurs du domaine, dont notamment les ministères concernés, les acteurs de la recherche publique, les chambres professionnelles et le Fonds National de la Recherche. ■

Secteurs d'activités:

plasturgie, assainissement non collectif des eaux usées

Activité principale:

fabrication de pièces plastiques par rotomoulage

Dirigeant: Antoine Machado

Effectif: 45

Lieu: Bascharage (zone d'activités économiques Robert Steichen)

Date de fondation: 2003



IMD World Competitiveness Yearbook 2012

Compétitivité de l'économie luxembourgeoise: une dégradation qui se confirme?

Le classement du *World Competitiveness Yearbook* (WCY) 2012 publié par l'institut suisse IMD (*International Institute for Management Development*) repose tant sur des indicateurs statistiques que sur l'opinion des décideurs économiques et des dirigeants d'entreprises. Au Luxembourg, l'enquête auprès des entreprises est coordonnée par la Chambre de Commerce.

Avec plus de 300 indicateurs différents recueillis pour chacun des 59 pays analysés, une certaine prudence prévaut dans l'interprétation des classements annuels de l'IMD. En effet, la pertinence de certains indicateurs peut dépendre de spécificités nationales qui se prêtent parfois mal à un exercice de comparaison. Néanmoins, le classement IMD demeure un outil utile à la prise de décision pour les décideurs politiques des pays concernés, puisqu'il permet de

visualiser rapidement les forces et faiblesses de chacune des dimensions-clés de leur compétitivité économique. De manière générale, deux sortes d'indicateurs peuvent être identifiés: les indicateurs d'input (par exemple, investissements en infrastructures en pourcentage du PIB) d'une part, et les indicateurs d'output (par exemple, croissance du PIB) d'autre part. Les indicateurs d'input sont les indicateurs les plus à même d'être influencés par les décideurs politiques tandis que les indi-

cateurs d'output reflètent, dans une certaine mesure, les résultats de ces décisions.

Cette année, le WCY classe le Luxembourg au **12^e rang mondial** des économies les plus compétitives **parmi 59 pays**, soit un recul d'une place par rapport aux années précédentes (11^e rang en 2010 et 2011). Le Luxembourg n'est donc toujours pas parvenu à rétablir son positionnement des années 2007 et 2008 (4^e/5^e rang mondial) et s'éloigne davantage du top 10. Une analyse détail-

lée du classement luxembourgeois révèle que le pays voit s'éroder certains de ses atouts traditionnels (politique fiscale, «*Business regulation*» et finance notamment). La perte de compétitivité-prix se poursuit tandis que les IDE et le solde relativement favorable des finances de l'Administration publique, comparativement à d'autres pays tout au moins, améliorent en apparence certains résultats qui auraient pu être plus décevants encore. Il incombe donc aux décideurs luxembourgeois d'agir vite afin de ne pas voir l'écart se marquer entre le Luxembourg et les pays les plus performants.

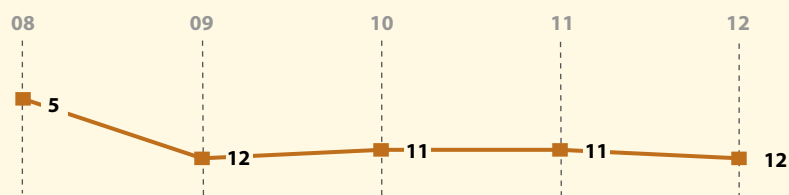
Les pays les plus performants du classement IMD sont Hong Kong, les Etats-Unis et la Suisse. La Suède, la Norvège, l'Allemagne et les Pays-Bas sont les pays européens les mieux classés en dehors de la Suisse (rangs 5, 8, 9 et 11 respectivement). La France et la Belgique se positionnent respectivement aux 25^e et 29^e rangs.

Quatre piliers principaux, eux-mêmes composés de sous-piliers comprenant plus de 300 indicateurs, forment la base du classement IMD, à savoir les piliers de performances économiques, d'efficacité des pouvoirs publics, d'environnement des affaires et de qualité des infrastructures.

Le **premier pilier des performances économiques** (voir graphique 2) est traditionnellement le pilier le plus fort du Grand-Duché. Cette année, le pays a gagné trois places dans ce pilier (de la 9^e à la 6^e place), largement grâce aux Investissements Directs Etrangers (IDE) placés dans le pays et capturés au travers du sous-pilier «*International Investment*» (de la 15^e à la 4^e place). Sans la performance des IDE, le Luxembourg aurait connu une dégradation de son classement dans le pilier consacré aux performances macroéconomiques. Or, les IDE au Luxembourg sont excessivement volatiles, notamment à cause d'un secteur financier disproportionné par rapport aux autres ordres de grandeur du pays, ainsi qu'à des flux de crédits importants (et volatiles également) qui sont la conséquence des opérations de prêts et d'emprunts opérées au sein des filiales de groupes internationaux basés dans le pays.

L'amélioration au niveau des IDE est donc à analyser avec prudence, d'au-

Graphique 1: Evolution du classement général de l'économie luxembourgeoise dans le World Competitiveness Yearbook (2008-2012)



tant qu'elle masque une dégradation des sous-piliers «*Domestic Economy*» et «*Prices*», de la 17^e à la 23^e place et de la 29^e à la 32^e place. Le premier sous-pilier regroupe des mesures d'outputs économiques (richesse par habitant, croissance, etc.). En raison de la crise de la dette souveraine, ce sous-pilier se dégrade sans grande surprise, notamment par rapport aux pays non-européens du classement. Le second sous-pilier mesure l'inflation sous différents angles. Sa chute indique que la dégradation de la compétitivité-prix se poursuit dangereusement au Luxembourg. Il est vrai que le pays reste fort en matière de commerce international (sous-pilier «*International Trade*» à la 4^e place, inchangée). Le commerce international est un atout traditionnel du Luxembourg et d'importance cruciale dans le contexte d'une économie tributaire des marchés à l'exportation. Or, si le Luxembourg n'arrive pas à rétablir la compétitivité-coût et à résorber le différentiel d'inflation, la dégradation de cette famille d'indicateurs n'est qu'une question de temps. Enfin, le sous-pilier «*Employment*» jouit d'une légère embellie (de la 10^e à la 9^e place), grâce à la création d'emplois dans le secteur non-marchand, d'une part, et au rôle temporisateur de la main-d'œuvre transfrontalière, d'autre part (dont les autres pays bénéficient moins).

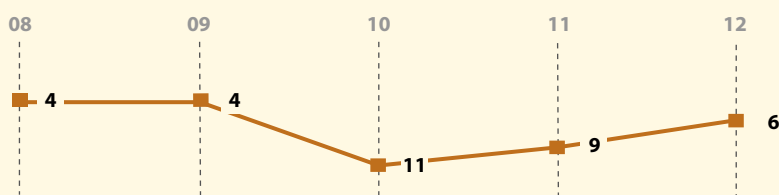
Le Luxembourg passe de la 15^e à la 16^e place dans le **2^e pilier**, dit d'«**efficacité des pouvoirs publics**» (voir graphique 3). En cause, les replis accusés notamment par les sous-piliers «*Fiscal Policy*» (de la 32^e à la 34^e place) et «*Business Legislation*» (de la 15^e à la 20^e place). Ces replis sont particulièrement inquiétants d'autant que la politique fiscale est un avantage traditionnel du Luxembourg et que le sous-pilier «*Business Legislation*» contient une forte

composante évaluant la lourdeur des procédures administratives pour les entreprises. Dans ce sous-pilier, les indicateurs «*Ease of doing business*», «*Creation of firms*», «*Start-up days*» et «*Start-up procedures*» sont d'ailleurs tous en chute par rapport à l'année précédente (-8, -7, -3 et -7 places respectivement).

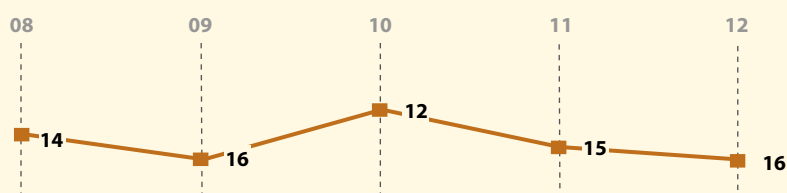
Enfin, le Luxembourg bénéficie d'une amélioration au niveau du sous-pilier «*Public Finance*» (de la 18^e à la 13^e place). Même si le pays n'améliore pas sa situation en termes absolus, en termes relatifs, d'autres économies sont encore plus mal loties. De surcroît, il est à rappeler que le solde favorable de l'Administration publique n'est pas un indicateur pertinent pour juger de la bonne santé des finances publiques luxembourgeoises (le pays connaît en effet un déficit structurel inquiétant de l'Administration centrale et une dette implicite significative). Par conséquent, sans l'amélioration relative sur le versant des finances publiques, le Luxembourg aurait sans doute perdu 2 à 3 places de plus dans le pilier de l'efficacité des pouvoirs publics.

Le Luxembourg perd 3 places, passant du 9^e au 12^e rang, au niveau du **pilier 3 relatif à l'environnement des affaires** (voir graphique 4). En cause: les chutes de 3 à 5 places des sous-piliers «*Finance*» (de la 2^e à la 5^e place), «*Management Practices*» (de la 10^e à la 15^e place) et «*Productivity & Efficiency*» (de la 8^e à la 13^e place). L'évolution du sous-pilier «*Finance*» interpelle au vu de la structure de notre économie. Il est à surveiller dans les prochaines années. A surveiller également: l'évolution de l'indicateur de l'entrepreneuriat sous-jacent au sous-pilier «*Management Practices*» qui ne se présente qu'en 24^e place (en chute de 2 places par rapport à l'année précédente). Enfin, le repli

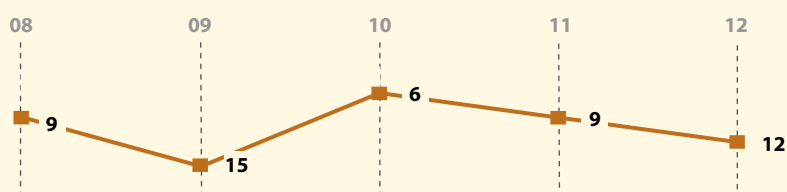
Graphique 2: Economic Performance (Pilier 1)



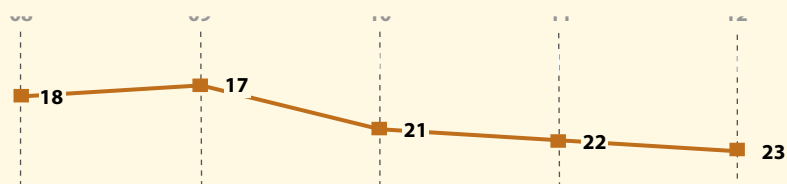
Graphique 3: Government Efficiency (Pilier 2)



Graphique 4: Business Efficiency (Pilier 3)



Graphique 5: Infrastructure (Pilier 4)



de 5 places du sous-pilier de productivité de la main-d'œuvre («*Productivity & Efficiency*») est particulièrement inquiétant au vu de la croissance de la productivité de la main-d'œuvre en berne dans notre économie.

Le Luxembourg gagne néanmoins 9 places dans le sous-pilier «*Labor Market*» (de la 25^e à la 16^e place). Cette bonne performance est notamment due aux indicateurs de percep-

tion concernant la disponibilité de main-d'œuvre qualifiée (+9 places en général, +7 places en ce qui concerne le monde de la finance), ainsi qu'aux indicateurs rapportant la motivation perçue des travailleurs, les relations sur le lieu de travail et la croissance de la main-d'œuvre (+6, +6 et +5 places respectivement).

En dernier lieu, le Luxembourg perd une place (voir graphique 5) au

Sub-Factor Rankings	2011	2012
Domestic Economy	17	23
International Trade	4	4
International Investment	15	4
Employment	10	9
Prices	29	32

Sub-Factor Rankings	2011	2012
Public Finance	18	13
Fiscal Policy	32	34
Institutional Framework	15	19
Business Legislation	15	20
Societal Framework	13	13

Sub-Factor Rankings	2011	2012
Productivity & Efficiency	8	13
Labor Market	25	16
Finance	2	5
Management Practices	10	15
Attitudes and Values	29	29

Sub-Factor Rankings	2011	2012
Basic Infrastructure	31	28
Technological Infrastructure	8	20
Scientific Infrastructure	25	25
Health and Environment	17	15
Education	19	18

niveau du **quatrième pilier relatif à la qualité des infrastructures** (de la 22^e à la 23^e place). Assez paradoxalement, cette dégradation est à imputer au sous-pilier des infrastructures technologiques qui passe de la 8^e à la 20^e place. Les principaux indicateurs dans le rouge sont les suivants: rapidité des connexions Internet (-12 places), disponibilité de main-d'œuvre IT qualifiée (-7 places), ainsi que les inves-

tissements en télécommunications en pourcentage du PIB et la sécurité cybernétique (-6 places chacun). Au vu

des efforts substantiels fournis dans ce domaine par le Gouvernement, il est à espérer que ces mouvements à la baisse

seront corrigés dans un futur plus ou moins proche.

■ **Tableau de classement des 20 premières économies du rapport IMD 2012**

Rank 2012	Rank 2011	Rank 2010	Country	Score 2012
1	1	2	Hong Kong	100,00
2	1	3	USA	97,75
3	5	4	Suisse	96,68
4	3	1	Singapour	95,92
5	4	6	Suède	91,39
6	7	7	Canada	90,29
7	6	8	Taiwan	89,96
8	13	9	Norvège	89,67
9	10	16	Allemagne	89,26
10	8	15	Qatar	88,48
11	14	12	Pays-Bas	87,16
12	11	11	Luxembourg	86,05
13	12	13	Danemark	84,88
14	16	10	Malaisie	84,22
15	9	5	Australie	83,18
16	28	-	UAE	82,49
17	15	19	Finlande	82,47
18	20	22	Royaume-Unis	80,14
19	17	17	Israël	78,57
20	24	21	Irlande	78,47

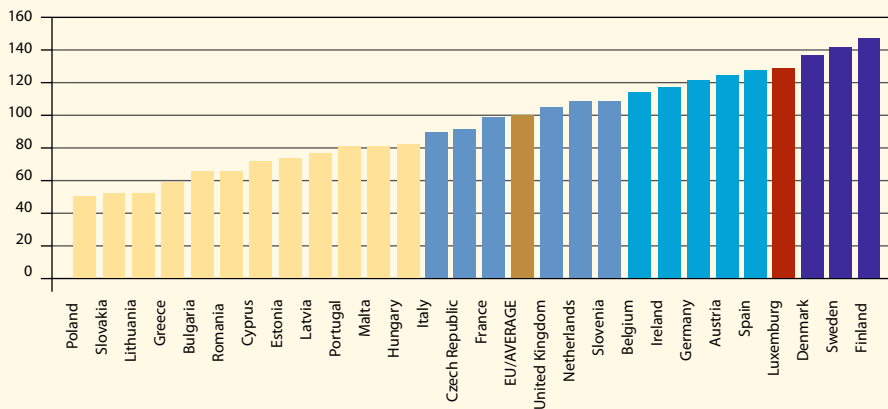
Eco-Innovation scoreboard 2011

Le Luxembourg 4^e pays le plus performant de l'Union européenne en matière d'éco-innovation

L'Observatoire de l'Eco-Innovation (EIO) de la Commission européenne vient de publier l'édition 2011 de son rapport annuel sur l'éco-innovation au sein de l'Union européenne (UE). L'Observatoire définit l'éco-innovation comme étant l'introduction de tout produit nouveau ou sensiblement amélioré (bien ou service), procédé, changement au sein de l'organisation ou solution de marketing qui réduit l'utilisation des ressources naturelles (y compris matériaux, énergie, eau et sol) et diminue l'empreinte écologique sur l'ensemble du cycle de vie.



Classement général des 27 Etats membres de l'UE dans l'«Eco-Innovation Scorebord»



Source: Eco-innovation Observatory, Rapport annuel 2011, p. 65

Dans une période marquée par une rareté et un renchérissement de plus en plus prononcés des ressources naturelles, l'éco-innovation constitue une opportunité pour réduire la consommation de ressources naturelles, ainsi que pour augmenter la productivité et donc la compétitivité des entreprises. L'éco-innovation permet ainsi de «dématérialiser» l'économie à travers une augmentation de l'efficacité des entreprises (réduction des coûts) et le développement de nouveaux produits et services.

Mesurer cette éco-innovation à l'échelle d'économies entières, c'est-à-dire au niveau de pays, bien qu'il s'agisse d'un exercice délicat, permet

néanmoins d'identifier les forces et faiblesses et de comparer les performances des systèmes nationaux. A cette fin, l'Observatoire a mis en place un tableau de bord dénommé «Eco-Innovation Scoreboard» qui reflète notamment les grandes lignes des inputs (par exemple la R&D) et outputs (par exemple les brevets) dans l'éco-innovation. Sur base des indicateurs repris dans ce tableau de bord, l'Observatoire calcule également un indice composite permettant de comparer les performances globales des pays en matière d'éco-innovation.

La Finlande, la Suède et le Danemark occupent les trois premiers rangs dans cette édition 2011 du tableau de bord

de l'Observatoire de l'Eco-Innovation. Le Luxembourg se classe en 4^e position parmi les 27 Etats membres de l'UE.

■ L'Observatoire de l'Eco-Innovation (EIO)

L'Observatoire de l'Eco-Innovation (EIO) est financé par la Direction Générale «Environnement» de la Commission européenne.

De nombreuses études et documents stratégiques de définition de politiques affirment que le développement des capacités de production et pratiques d'éco-innovation représente un important potentiel commercial, et ce dans tous les secteurs économiques. Réduire l'incertitude du marché face aux développements futurs aidera à stimuler l'investissement et à favoriser l'innovation dans les technologies, produits et les services environnementaux.

Afin d'orienter l'évolution du marché dans ce sens, l'EIO vise à fournir une source d'information intégrée sur l'éco-innovation pour les entreprises et prestataires de services d'innovation. Il procure une base solide pour la prise de décisions et l'élaboration de politiques, en agissant comme une plate-forme pour la mise en commun et l'analyse d'une vaste gamme d'informations sur l'éco-innovation, récoltées à travers l'Union européenne et d'autres régions du globe.

Conjoncture

Perspectives économiques de l'OCDE

■ Indicateurs conjoncturels pour le Luxembourg, (pourcentages de variation, en volume)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PIB au prix du marché	6,6	0,8	-5,3	2,7	1,6	0,6	2,2
Consommation privée	3,3	3,4	1,1	2,1	1,8	1,0	2,2
Consommation publique	3,8	1,7	4,9	3,1	2,5	4,2	2,3
Formation brute de capital fixe	17,9	3,2	-13,0	3,0	7,7	0,4	2,0
Exportations de biens et de services	9,1	4,0	-10,9	2,8	1,7	-0,6	2,9
Importations de biens et de services	9,3	5,6	-12,0	4,6	3,2	-0,3	3,1
Taux de chômage	4,2	4,2	5,5	5,8	5,7	6,3	6,6
Solde de l'Administration publique	3,7	3,0	-0,8	-0,9	-0,6	-1,4	-1,1
Prix à la consommation harmonisé	2,7	4,1	0,0	2,8	3,7	3,1	2,3
Balance des opérations courantes	10,1	5,1	6,5	7,7	7,1	3,5	4,2

Source: OCDE

D'après les dernières projections économiques de l'OCDE, publiées le 22 mai 2012, la croissance au Luxembourg s'est ralentie sous l'effet de la faiblesse des marchés d'actions qui a fait chuter l'activité dans les services financiers et du fléchissement de la demande dans la zone euro qui a réduit les exportations de biens industriels. A court terme, la demande restera peu dynamique et le taux de chômage continuera à augmenter, selon les experts

de l'OCDE. Le recul de l'inflation sera limité par la hausse des prix du pétrole. Le principal risque qui pèse sur les perspectives est une aggravation de la crise dans la zone euro, susceptible d'avoir une incidence durable sur l'important secteur financier du Luxembourg.

Aux yeux de l'OCDE, il conviendrait de contenir la progression des dépenses publiques dans le cadre du plan lancé par le Gouvernement pour résorber le déficit budgétaire en 2013,

en utilisant à cette fin les recettes fiscales inattendues. De vastes réformes des retraites sont nécessaires pour assurer la viabilité à long terme des finances publiques. D'après l'OCDE toujours, le système d'indexation des salaires doit être modifié pour ne pas affaiblir la compétitivité. Une évolution institutionnelle du marché de l'emploi et une amélioration des incitations à travailler permettraient de réduire le taux de chômage élevé des résidents. ■

The Global Enabling Trade Report 2012

Luxembourg in the top 10

Since its introduction in 2008, the World Economic Forum's Global Enabling Trade Report serves as a basis for numerous high-level public-private dialogues aimed at identifying practical steps that can be taken by both governments and the private sector to overcome particular trade barriers in a country or region. The Enabling Trade Index (ETI) is made of both hard data and survey data from the World Economic Forum's Executive Opinion Survey. The ETI measures the extent to which individual economies have developed institutions, policies,

and services facilitating the free flow of goods over borders and to destination. The structure of the index reflects the main enablers of trade, breaking them into 4 subindexes and 9 pillars made of 47 individual indicators (see figure 1).

As in previous years, the top 10 of the ETI 2012 is dominated by small and open economies for which trade is key to achieving efficiency because their domestic markets are small. Singapore continues to lead the way by a widening margin over second-ranked Hong Kong SAR. As in previous years too, Denmark and Sweden occupy the 3rd

and 4th while New Zealand continues its upward trend, reaching the 5th place. Finland and the Netherlands improve their ranking to 6th and 7th positions respectively while Switzerland, Canada, and Luxembourg drop places, though remaining in the top 10. Germany, France and Belgium, Luxembourg's neighbouring countries, are ranked 13th, 20th and 21st respectively (2010 edition: 13th, 20th, and 24th respectively).

According to the report, the most positive aspect of the Luxembourg's overall ranking is the quality of its regulatory environment, where it places

■ Figure 1: Composition of the four subindexes of the ETI

The market access subindex

Pillar 1: Domestic and foreign market access

The border administration subindex

Pillar 2: Efficiency of customs administration

Pillar 3: Efficiency of import-export procedures

Pillar 4: Transparency of border administration

The transport and communication infrastructure subindex

Pillar 5: Availability and quality of transport infrastructure

Pillar 6: Availability and quality of transport services

Pillar 7: Availability and use of ICTs

The business environment subindex

Pillar 8: Regulatory environment

Pillar 9: Physical security

3rd thanks to a strong institutional framework, highly efficient financial markets (7th), and the highest openness to foreign participation in the entire sample. The business community also recognizes the high prevalence of foreign ownership in the country's econ-

omy, the ease with which employers can hire foreign labor, and the relative ease of access to trade finance (11th). Less positive and uneven is its performance in the border administration component (21st). Although border clearance procedures are generally considered effi-

cient by the business community, they remain expensive (US\$1,420), and Luxembourg receives a rather low score on the customs services index (receiving 6 points out of 12, to place 76th).

■ **Table 1: ETI top 10 rankings**

Economy	2012 Rank	2010 Rank	2009 Rank	2012 Score	Economy	2012 Rank	2010 Rank	2009 Rank	2012 Score
Singapore	1	1	1	6.14	Finland	6	12	8	5.34
Hong Kong	2	2	2	5.67	Netherlands	7	10	10	5.32
Denmark	3	3	4	5.41	Switzerland	8	5	3	5.29
Sweden	4	4	5	5.39	Canada	9	8	6	5.22
New Zealand	5	6	11	5.34	Luxembourg	10	9	13	5.20

Report highlights, summary, country profiles and more can be found on www.weforum.org/getr.

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 de *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

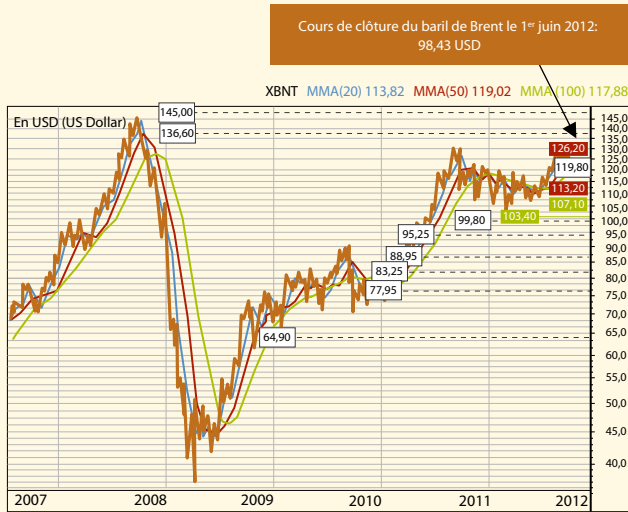
Indicateurs	2010	2011	2012 (p)	2013 (p)	2014 (p)	2015 (p)
Croissance du PIB à prix constants (% de croissance en volume et montants absolus en millions EUR) ⁽¹⁾	2,7 % 33,2	1,6 % 33,7	1,0 % 34,06	2,4 % 34,88	3,4 % 36,07	4,1 % 37,55
Taux de chômage (ancienne définition ADEM)	5,8 %	5,7 %	6,1 %	6,5 %	6,7 %	6,6 %
Emploi total intérieur (variation annuelle en %)	1,8 %	2,7 %	2,1 %	1,6 %	1,8 %	2,2 %
IPCN (variation annuelle en %)	2,3 %	3,4 %	2,6 %	2,0 %	2,1 %	2,3 %
«Capacité / besoin de financement (administration publique, millions EUR)	-343,5	-253,3	-680,0	-570,0	-424,0	-932,0
Capacité / besoin de financement (administration publique, % du PIB)	-0,9 %	-0,6 %	-1,5 %	-1,2 %	-0,9 %	-1,8 %

Source: Comptes nationaux/13^e actualisation du Programme de Stabilité et de Croissance (PSC)/calculs Chambre de Commerce

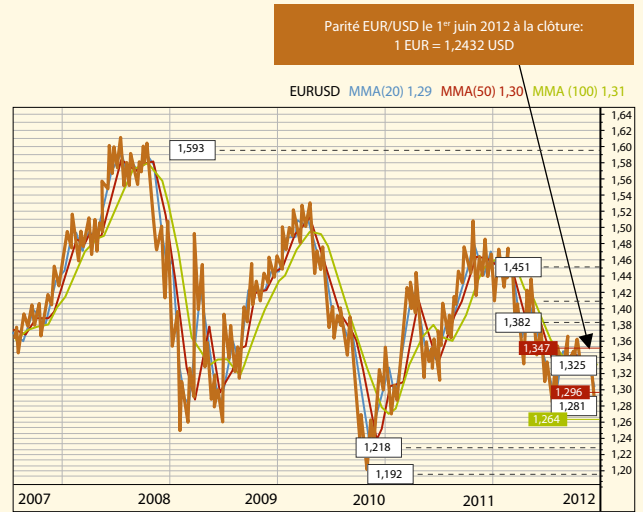
Remarque: (1) Le PIB à prix constants, réel ou en volume est la valeur du PIB en tenant compte des variations des prix, c'est-à-dire de l'inflation. Le PIB réel a l'avantage de montrer les variations à la hausse et à la baisse dans le volume (les quantités) de la production de biens et services. C'est 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.

2. Repères conjoncturels pour l'économie luxembourgeoise

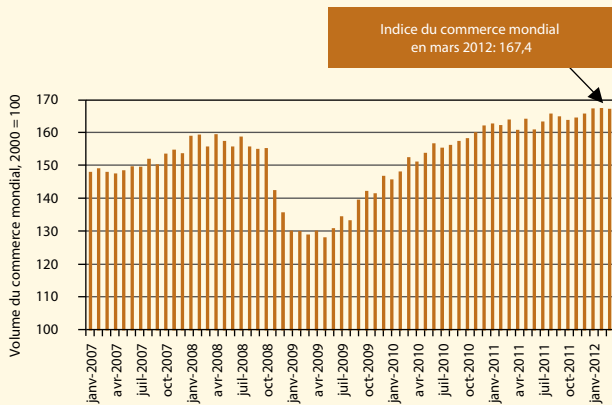
Graphique 1 – Evolution du cours du baril de Brent à Londres



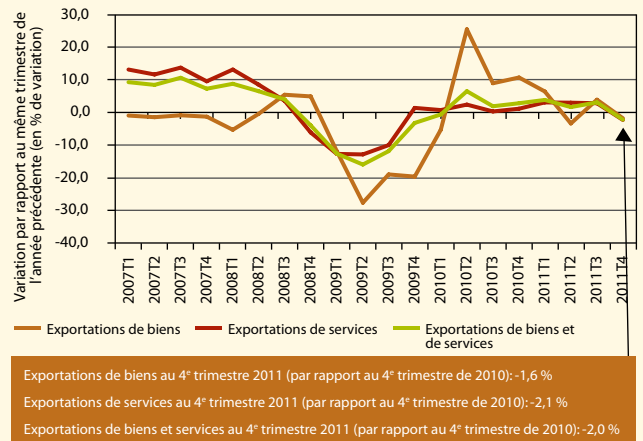
Graphique 2 – Evolution de la parité EUR/US Dollar



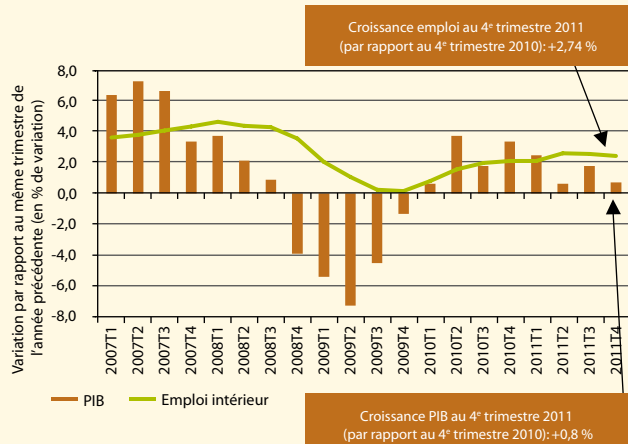
Graphique 3 – Evolution mensuelle du commerce mondial



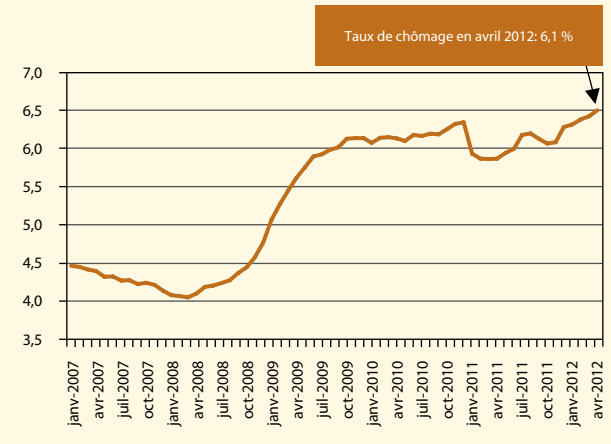
Graphique 4 – Evolution trimestrielle des exportations de biens et de services



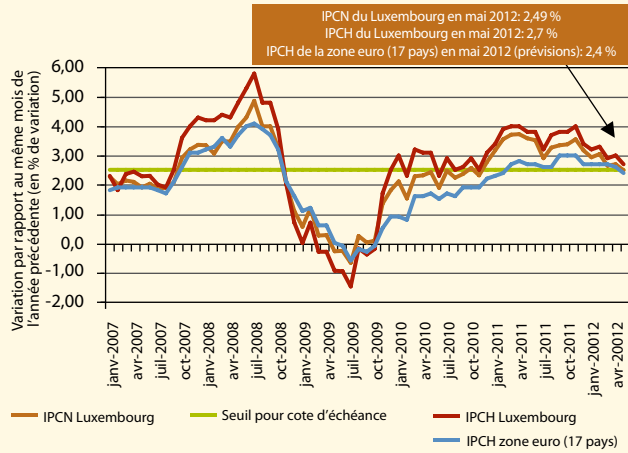
Graphique 5 – Evolution trimestrielle du PIB et de l'emploi intérieur



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

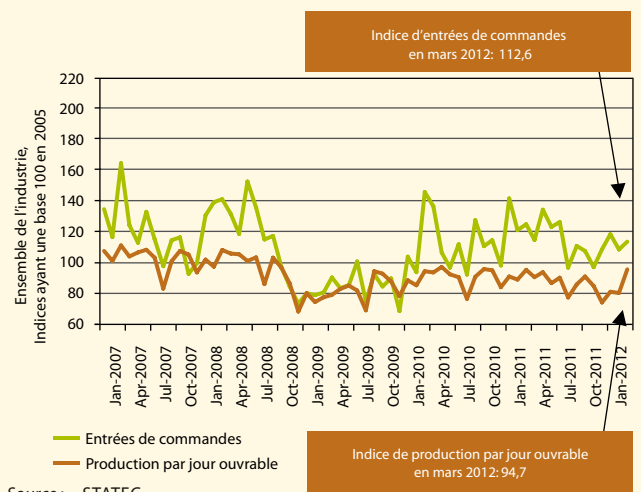


Graphique 7 – Evolution mensuelle de l'indice des prix à la consommation national (IPCN) et de l'indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH)

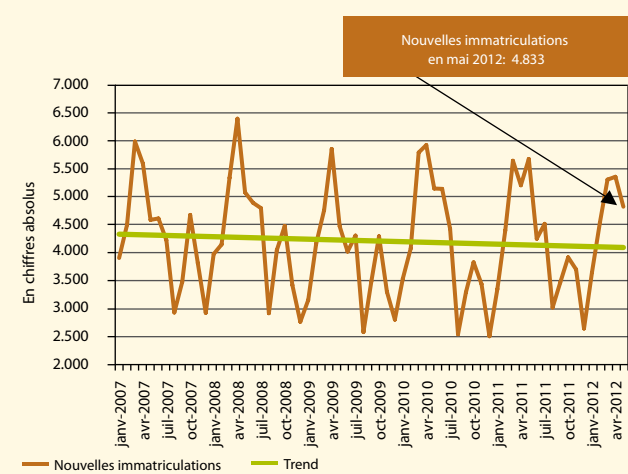


Sources : STATEC, Eurostat

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

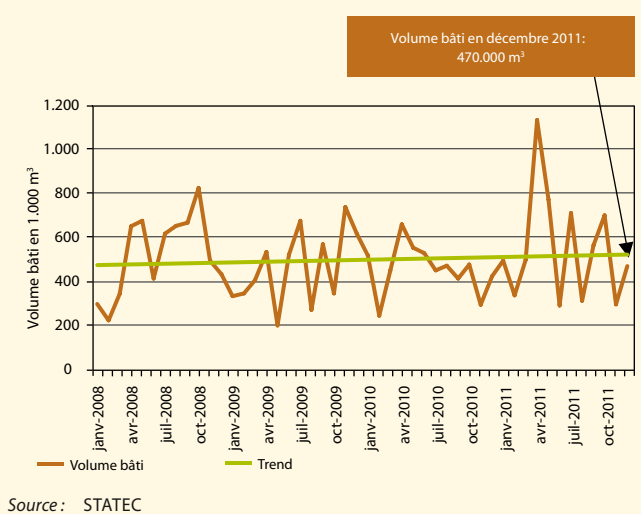


Graphique 9 – Evolution mensuelle des nouvelles immatriculations de voitures particulières et à usage mixte neuves

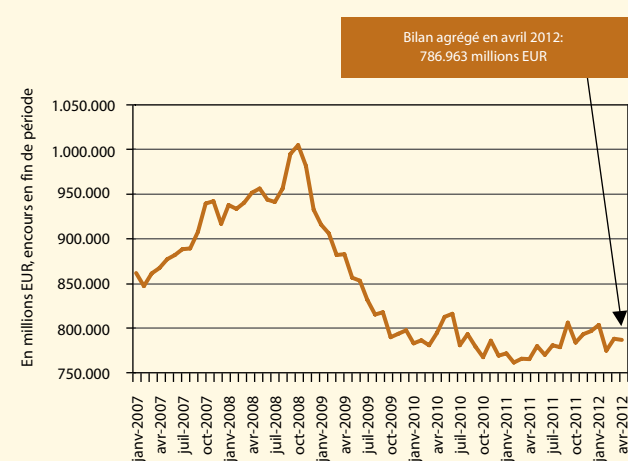


Source : STATEC

Graphique 10 – Evolution mensuelle des autorisations de bâtir

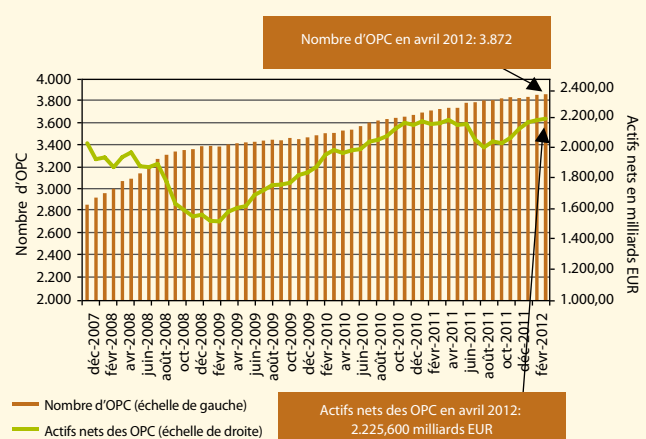


Graphique 11 – Evolution mensuelle de la somme bilantaire des établissements de crédit



Source : BCL

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



Parole à un chef d'entreprise: Gary Kneip

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

Pour chacun des indicateurs, Gary Kneip 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 son secteur d'activité

Le Luxembourg est, d'une part, largement tributaire des exportations et, d'autre part, de la construction européenne, qui pourrait engendrer certains défis sous peu. En effet, des mesures pourraient être mises en place si la Grèce devait sortir de la zone euro suite aux élections du 17 juin. Le Luxembourg serait évidemment affecté par une éventuelle nouvelle donne européenne. Dans tous les cas de figure, le pays devra se repositionner pour faire face à ses problèmes internes: déficit notoire du budget de l'Etat Central, système de pensions insoutenable, même après la réformette prévue, chômage structurel, système éducatif excessivement onéreux produisant des résultats médiocres, clivage de plus en plus accentué au sein de notre société dans laquelle les étrangers créent la majeure partie de la richesse, mais sont découplés de la décision politique, etc..

Il s'agit de savoir si la classe politique aura l'ambition, le courage et la force de mettre en œuvre ces changements qui seront inévitables. Plus cela tardera, plus cela sera difficile et douloureux. Le Luxembourg doit donc agir le plus rapidement possible.

Le Luxembourg fait également face à un autre grand défi. En effet, la force de travail étrangère ne possède pas de pouvoir de décision. Par conséquent, les votants ont une vision très déformée de la réalité et ont souvent peu souffert de la crise. Le retour à la réalité sera d'autant plus difficile, également pour la classe politique. Les syndicats se font les avocats de la force ouvrière étrangère et estiment que certains acquis sont inviolables mais ces derniers, souvent peu sélectifs, ne sont plus tenables. Il faut expliquer cela aux Luxembourgeois.

S'agissant de mon secteur en particulier, les centres de calculs, le Luxembourg a pu attirer sur son sol de nombreuses sociétés grâce à une fiscalité attractive. Toutefois, au cours des 4-5 dernières années, le Luxembourg a également su répondre aux besoins de clients très sophistiqués, et ce grâce à des services performants, grâce notamment à sa main-d'œuvre hautement qualifiée, disponible et motivée et au développement d'infrastructures hautement performantes. Le pays fera toutefois face à un challenge d'ici 2015 (date à laquelle le principe de la fixation de la TVA sera renversé) qui jusqu'à présent était en notre faveur, engendrant en 2015 la coquette somme de 600 millions EUR de recettes: inciter les sociétés déjà implantées à rester et de nouvelles à venir s'installer. L'Etat a joué un rôle important dans le développement de mon secteur, mais la question se pose sur son intervention dans le futur: que pourra-t-il faire en raison des contraintes budgétaires ou que voudra-t-il faire? Je suis d'avis que son rôle devra toutefois être revu car, en intervenant sur le marché, l'Etat peut fausser le marché. Il faudrait à l'avenir de nouveaux investissements, sous une forme différente, par exemple des partenariats public-privé (PPP). L'Etat doit surtout se concentrer sur sa mission de mise à disposition d'infrastructures modernes pour le déploiement des activités efficaces du secteur privé. Le Luxembourg a un avenir brillant à jouer à ce niveau. ■



Gary Kneip, CEO et président de SecureIT; président de la CLC

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

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



Le discours du Premier ministre sur l'état de la nation du 8 mai 2012 n'a malheureusement pas dévoilé une feuille de route politique permettant au Luxembourg de sortir renforcé de la crise. Le discours a donné lieu à peu d'impulsions nouvelles, de propositions concrètes ou novatrices. La nécessaire réflexion générale sur le système fiscal n'a pas non plus été abordée, et les mesures annoncées en matière de politique de logement ont été peu concrètes ou constructives. Pourtant, au vu de la situation conjoncturelle et structurelle, des réformes sont à mettre en œuvre rapidement.

Selon les projections économiques publiées en mai 2012 par l'OCDE, le Luxembourg a, en effet, vu sa croissance ralentir en raison, d'une part, de la faiblesse des marchés d'actions qui a fait chuter l'activité dans les services financiers et, d'autre part, du fléchissement de la demande dans la zone euro qui a réduit les exportations de biens industriels. L'importante dépendance du Grand-Duché au commerce international est donc à nouveau ici illustrée, la balance commerciale du Luxembourg passant de 18.571 millions EUR en 2010 à 17.706 millions EUR en 2011¹. Selon l'OCDE, le principal risque qui pèse sur les perspectives est une aggravation de la crise dans la zone euro, susceptible d'avoir une incidence durable sur le secteur financier luxembourgeois.

L'OCDE et la Commission européenne, qui a récemment publié ses recommandations par pays, insistent tout d'abord sur la nécessité d'implémenter une vaste réforme des retraites pour assurer la viabilité à long terme des finances publiques. Ces deux institutions estiment que le système d'indexation des salaires doit être réformé pour ne pas affaiblir (davantage) la compétitivité. Enfin, la stratégie budgétaire doit être respectée, particulièrement en ce qui concerne les dépenses publiques.

Le marché du travail est également au cœur des recommandations de ces deux institutions. D'une part, l'OCDE incite le Luxembourg à implémenter une évolution institutionnelle du marché de l'emploi et à améliorer les incitations à travailler afin de réduire le taux de chômage élevé des résidents. D'autre part, la Commission européenne invite le Grand-Duché à poursuivre ses efforts pour réduire le chômage des jeunes en renforçant la participation des parties prenantes et en adoptant des mesures supplémentaires en matière d'éducation et de formation, en particulier à l'égard de ceux ayant un faible niveau d'études, afin de mieux aligner les compétences et les qualifications des jeunes avec les besoins du marché du travail.

Le marché du travail est, en effet, de nouveau entré dans une phase difficile au Luxembourg.

Les perspectives de l'emploi dans l'industrie et dans la construction connaissent, selon les enquêtes mensuelles de conjoncture, une nouvelle dégradation sur le début de 2012, tout comme le travail intérimaire, utilisé majoritairement par les entreprises de ces deux secteurs.

En ce qui concerne le chômage, outre une hausse du nombre de chômeurs, une augmentation du nombre de personnes bénéficiant de mesures pour l'emploi et du nombre de demandes de certificats E301 est également observée. Le chômage partiel a également connu une croissance significative. En avril 2012, 14.704 demandeurs d'emploi étaient inscrits à l'ADEM², ce qui représente un taux de chômage de 6,1 %.

Etant donné le décalage de plus ou moins trois trimestres entre l'activité et le marché du travail, et vu la faiblesse de l'activité sur le début de 2012, tant au Luxembourg qu'en Europe, la situation pourrait encore davantage s'aggraver au cours de l'année 2012. ■

¹ STATEC: Indicateurs rapides, Série N (Balance des paiements), Edition du 30 mars 2012 N° 4/2011

² Données désaisonnalisées



**ENTREPRISE
SOCIALEMENT
RESPONSABLE**



LES ENTREPRISES LUXEMBOURGEOISES S'ENGAGENT. ET VOUS ?

L'Union des Entreprises Luxembourgeoises, à travers son institut INDR, se propose d'accompagner les entreprises dans leur développement de Responsabilité Sociale des Entreprises dans les 3 domaines d'intervention qui sont le social, l'environnement et la gouvernance.

Pour ce faire, l'INDR a créé le label ESR – Entreprise Socialement Responsable - qui permet aux entreprises de formaliser leurs efforts en la matière et de communiquer leurs réussites vis-à-vis de leurs salariés et du monde extérieur.

Suivez le mouvement de la responsabilité sociale des entreprises ! Pour plus d'informations : www.indr.lu

INDR

INSTITUT NATIONAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Famille et de l'Intégration

Le présent label est soutenu par le programme communautaire pour l'emploi et la solidarité sociale (2007-2013), le Ministère de la Famille et de l'Intégration et a été réalisé en collaboration avec Deloitte.



Table ronde lors des Greater Region Business Days Le transport multimodal: une opportunité pour le Luxembourg



Dans le cadre des Greater Region Business Days, Alain Krecké, Senior Cluster Manager du Cluster for Logistics a animé un débat sur le développement du transport multimodal en Europe et plus particulièrement au Luxembourg

Lors d'une table ronde organisée dans le cadre des Greater Region Business Days, le Cluster for Logistics a animé un débat sur le développement du transport multimodal en Europe et ses potentialités de développement au Luxembourg. Un panel de spécialistes issus de différents secteurs logistiques était constitué des personnes suivantes: M. Ambak Vice-président, Cargolux, M. Bracke, administrateur délégué, CLdN Cobelfret Group, M. Crouan, responsable du bureau d'études, Transalliance, Mme. Soudaïs, responsable des transports multimodaux, groupe Lannutti et M. Valette, directeur des ventes, CFL Multi-modal.

Le contexte général

Dans une économie globalisée, tous les acteurs économiques ont un besoin crucial de chaînes logistiques efficaces et sécurisées. Chaque jour, les consommateurs veulent leurs produits frais dans les rayons des magasins, l'industrie a réduit les stocks de matières premières et de produits finis au minimum et les utilisateurs du E-Commerce exigent des délais de livraison de plus en plus courts. Toutes ces contraintes demandent la mise en place de chaînes logistiques de plus en plus complexes et sûres.

Au vu de ces contraintes, la plupart des transports terrestres sont effectués par la route. A terme, trois facteurs importants vont influencer le choix des chaînes logistiques:

- Les prévisions d'augmentation de trafic en hausse de 30 % à l'horizon 2030;
- Le coût de l'énergie qui devient de plus en plus élevé, notamment pour le secteur routier qui couvre aujourd'hui 75 % des transports terrestres;
- Le coût environnemental, sachant que la commission Européenne a ciblé des réductions d'émission de CO₂ de - 20 % en 2030 et - 60 % en 2050.

Aujourd'hui, il s'agit de trouver des solutions permettant d'absorber une partie de l'augmentation du trafic, afin

de ne pas surcharger davantage les infrastructures routières. La stratégie est simple: transférer des flux routier vers le rail, le fluvial et le *short-sea-shipping*. La mise en place de la stratégie, en revanche, l'est beaucoup moins.

L'intermodalité des modes de transport en Europe

L'intermodalité rail-route deviendra une réalité incontournable. Mais cette interopérabilité ne pourra pas se faire n'importe comment et à n'importe quel prix. Seuls les terminaux rail-route situés sur les grands corridors de fret européen pourront offrir des services adaptés à la demande des clients opérateurs logistiques et de clients industriels. Avant de pouvoir bénéficier de transports multimodaux rail-route sur tout le réseau européen, l'évolution passera nécessairement par une phase intermédiaire de sélection de ces corridors principaux. Les terminaux rail-route situés sur ces corridors (cf.: réseau TEN-T définis par la commission européenne) devront offrir des services de haute qualité avec des heures d'ouverture 24h/24, 7 jrs/7 afin de fluidifier le trafic lors de la livraison finale. Il faudra aussi massifier les volumes, afin de garantir des départs journaliers des trains. En parallèle, des solutions de back-up devront être mises en place en cas de problèmes opérationnels (retard, pannes ou accidents) sur les infrastructures routières ou ferroviaires, afin de respecter les critères de qualité et de ponctualité imposées par les chaînes logistiques modernes. Ceci est d'autant plus important que les temps de livraison sont courts, comme par exemple pour le fret aérien, secteur demandeur de telles solutions, à condition que la qualité soit garantie de bout en bout.

De plus, avant de pouvoir étendre les réseaux, un certain nombre de problèmes fondamentaux doivent être réglés. Les gabarits des infrastructures ferroviaires ne sont pas standardisés. Sur les corridors nord-sud notamment, les itinéraires pouvant accepter des remorques routières standard d'une hauteur de quatre mètres sont très limités. En conséquence, lors de l'investissement dans leur parc de remorques, les opérateurs routiers doivent faire des choix et tenir compte du problème de gabarit d'une part, mais également des différentes techniques de levage et de manutention des remorques sur les terminaux.

Au départ des ports maritimes, le transport multimodal est bien développé que ce soit la route, le rail, la navigation fluviale ou le *short-sea-shipping*. Le choix du mode de transport terrestre dépend largement des infrastructures portuaires et des délais d'acheminement vers les terminaux à l'intérieur des terres ou des destinataires finaux. La congestion des ports et le manque de surface pour développer les infrastructures portuaires vont certainement demander des concepts multi-



modaux par rail et/ou navigation fluviale plus importants. Il faut cependant relever que dans le domaine du *short-sea-shipping*, la législation douanière relative aux échanges de biens intracommunautaires par la mer freine ce développement. Les règlements exigent les mêmes formalités pour des marchandises intercommunautaires transportées par la mer, que pour les marchandises importées de Chine, Russie, Inde et autres pays non-communautaires.

Le transport multimodal, une opportunité à saisir par le Luxembourg

Le Luxembourg est idéalement positionné sur des grands corridors de fret européen avec des flux de transit existants. Le terminal multimodal luxembourgeois est une réalité et opère déjà des trains sur les axes nord-sud. Le projet de Bettembourg et de la WSA doivent donc être considérés comme une extension des infrastructures existantes pour augmenter les capacités du terminal et permettre ainsi de développer un réseau européen plus dense et des départs plus fréquents. Certains opérateurs luxembourgeois et européens ont déjà mis en place des stratégies multimodales européennes. Il sera nécessaire de bien communiquer et de former les opérateurs luxembourgeois quant aux potentiels et aux contraintes de ces solutions logistiques, afin de les convaincre de proposer des solutions multimodales à leurs clients.

Pour soutenir le secteur de la logistique au Luxembourg, il est primordial de profiter pleinement des flux existants et des infrastructures quadri-modales existantes. Un des défis majeurs sera de trouver les bonnes synergies opérationnelles entre les acteurs de la logistique et de promouvoir le Luxembourg comme site logistique multimodal avec des solutions durables et à valeur ajoutée. Seules les solutions logistiques efficaces, permettant de garantir un flux rapide des marchandises devront être retenues. La compétition entre les différents sites logistiques européens ne sera pas seulement une question de coûts. La rapidité et la qualité des opérations logistiques et de traitement des flux administratifs feront la différence.

Les perspectives de développement du transport multimodal sont très fortes pour les prochaines années. Tout plaide en sa faveur: l'objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre, le surenchérissement du prix du pétrole, la mise en place d'une taxation de l'utilisation des réseaux routiers, la sécurité sur les routes, etc. La vitesse de développement dépendra de la volonté des industriels à utiliser des chaînes logistiques rentables et plus respectueuses de l'environnement et de l'engagement des opérateurs logistiques. Certains opérateurs se positionnent déjà sur des stratégies pluri-modales de réseaux logistiques européens. Les premiers à être opérationnels auront un avantage compétitif considérable.

Il en est de même pour l'installation de terminaux multimodaux. Le volume du trafic est l'élément clé permettant d'offrir des services de qualité dans les terminaux, d'exploiter des lignes régulières et d'être sur des niveaux tarifaires compétitifs. Les terminaux bien positionnés géographiquement et pleinement opérationnels à court terme constitueront un élément incontournable dans la construction d'un réseau européen. Le Luxembourg bénéficie d'atouts majeurs en matière de développement stratégique. Le succès dépend maintenant de la rapidité de sa mise en œuvre.



**La Chronique d'Alain Krecké,
Senior Cluster Manager du Cluster for Logistics**

GLOSSAIRE:

Intermodalité: Concept qui implique l'utilisation de plusieurs modes de transport au cours d'un même déplacement. On parle plus spécifiquement technologie et/ou d'autorité organisatrice différentes.

Transport multimodal: Le transport multimodal est la combinaison de plusieurs modes de transport de marchandises avec un même contenant, qui peut être par exemple un container, une caisse mobile, ou une semi-remorque. Les combinaisons possibles sont nombreuses: rail et route, fleuve et route, mer et route, etc. L'objectif est de réduire la part de la route, en la limitant dans la mesure du possible au début et à la fin de la chaîne d'approvisionnement, au profit de modes de transports moins polluants comme le rail, le bateau sur mer ou sur fleuve.

Short-sea-shipping (SSS): Le transport maritime à courte distance (en anglais: short sea shipping) ou cabotage maritime est le transport maritime de fret et de passagers par mer entre des ports situés en Europe géographique ou entre ceux-ci et d'autres ports situés dans des pays non européens ayant une façade sur une mer fermée limitrophe de l'Europe.

TEN-T: Le réseau de transport transeuropéen (RTE-T) est un programme de développement des infrastructures de transport de l'Union européenne. Il a pour ambitions de faciliter le développement des échanges, en particulier par l'interopérabilité complète des différents réseaux constitutifs, et permettre ainsi la création d'un véritable marché unique, d'augmenter la part modale des modes de transport les plus respectueux de l'environnement et d'accélérer l'intégration des nouveaux pays membres.

Projets soumis pour avis à la Chambre de Commerce

Nous reproduisons ci-dessous les titres des projets de lois et des 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 par simple demande auprès de la Chambre de Commerce, tél.: (+352) 42 39 39-354/332 et peut être téléchargée sur le site www.cc.lu (rubrique «Avis»).

■ Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur

Projet de règlement grand-ducal portant règlement de l'organisation des élections et de la procédure électorale pour la Chambre de Commerce. (3976LLA)

Projet de règlement grand-ducal déterminant le nombre exact des membres effectifs et suppléants, la composition numérique, l'énumération et la dénomination des groupes électoraux ainsi que la répartition des sièges de la Chambre de Commerce et abrogeant:

- le règlement grand-ducal du 17 décembre 1983 fixant la composition numérique et la répartition des sièges de la Chambre de Commerce pour la prochaine période quinquennale

Projet d'arrêté grand-ducal abrogeant:

- l'arrêté grand-ducal du 10 décembre 1998 aménageant la composition numérique et la répartition des sièges de la Chambre de Commerce;
- l'arrêté grand-ducal du 27 août 2008 aménageant la composition numérique et la répartition des sièges de la Chambre de Commerce. (3977LLA)

■ Ministère de la Justice

Projet de loi concernant la lutte contre le retard de paiement dans les transactions commerciales

- portant transposition de la directive 2011/7/UE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 2011 concernant la lutte contre le retard de paiement dans les transactions commerciales, et
- portant modification de la loi modifiée du 18 avril 2004 relative aux délais de paiement et aux intérêts de retard. (3983AAN)

■ Ministère de la Santé

Projet de règlement grand-ducal modifiant:

- le règlement grand-ducal modifié du 19 février 1974 portant exécution de la loi du 19 février 1973 sur la vente des substances médicamenteuses et la lutte contre la toxicomanie;
- l'annexe du règlement grand-ducal modifié du 4 mars 1974 concernant certaines substances toxiques;
- l'annexe du règlement grand-ducal modifié du 20 mars 1974 concernant certaines substances psychotropes;
- l'annexe du règlement grand-ducal modifié du 26 mars 1974 établissant la liste des stupéfiants. (3981AAN)

■ Ministère du Travail et de l'Emploi

Projet de loi portant modification: 1. du Code du travail; 2. des articles 1 et 2 de la loi du 3 août 2010 1) portant introduction de diverses mesures temporaires visant à promouvoir l'emploi et à adapter les modalités d'indemnisation de chômage et complétant ou dérogeant à certaines dispositions du Code du travail; 2) modifiant les articles L.513-3; L.521-7 et L.523-1 du Code du travail; 3) modifiant la loi modifiée du 17 février 2009 portant: 1. modification de l'article L.511-12 du Code du travail; 2. dérogation, pour l'année 2009, aux dispositions des articles L.511-5, L.511-7 et L.511-12 du Code du travail; 3. des articles 2 et 3 de la loi modifiée du 17 février 2009 portant 1. modification de l'article L.511-12 du Code du travail; 2. dérogation pour l'année 2009, aux dispositions des articles L.511-5, L.511-7 et L.511-12 du Code du travail. (3984SBE)

■ Ministère de l'Intérieur et de la Grande Région

Projet de règlement grand-ducal concernant la composition, l'organisation et le fonctionnement de l'Observatoire de l'eau. (3987JRO)

Avant-projet de règlement grand-ducal relatif aux mesures administratives dans l'ensemble des zones de protection pour les masses d'eau souterraine ou parties de masses d'eau souterraine servant de ressource à la production d'eau destinée à la consommation humaine. (3986JRO)

Projet de règlement grand-ducal concernant la composition, l'organisation et le fonctionnement de Comité de la gestion de l'eau. (3985JRO) ■

Retrouvez régulièrement les
chroniques juridiques
de la Chambre de Commerce

www.cc.lu/services/publications



Rémunération du travailleur qualifié: la détention d'un diplôme est-elle toujours synonyme de salaire majoré?

Dans un arrêt du 1^{er} mars 2012¹, la Cour d'appel de Luxembourg siégeant en matière de droit du travail est revenue sur les conditions dans lesquelles un salarié détenteur d'un CATP peut prétendre à la majoration de salaire de 20 % du salaire social minimum – due aux salariés qualifiés en vertu de l'article L.222-4 du Code du travail – lorsqu'il n'a pas informé l'employeur de la détention d'un tel diplôme.

Dans cette affaire, le salarié avait été engagé en qualité de peintre et avait perçu le salaire social minimum pour travailleur non qualifié. Lors de la contestation de la validité du licenciement économique intervenu à son égard, le salarié a fait valoir devant le tribunal du travail qu'il était détenteur d'un CATP dans le métier de peintre décorateur et réclamait par conséquent le paiement de la majoration de 20 %.

Les juges de première instance ont accordé la majoration de salaire sollicitée par le salarié en s'appuyant sur un arrêt de la Cour d'appel du 7 juin 2007 aux termes duquel «*même si ce dernier n'avait pas informé son employeur qu'il était détenteur d'un CATP, son salaire ne pouvait pas être inférieur à celui dû en application de la loi et des conventions collectives*»².

L'arrêt du 1^{er} mars 2012 semble remettre en cause la jurisprudence de 2007 en affirmant que «*c'est sur base des fonctions réellement exercées par le salarié qu'est déterminée sa qualité de travailleur qualifié*». La Cour d'appel reproche aux juges de première instance d'avoir tenu compte uniquement de l'existence du CATP pour accorder la majoration de



salaire sollicitée «*sans se préoccuper de la nature des travaux réellement effectués par ce dernier pendant toute la durée de l'engagement, respectivement de la réalité d'une information donnée à l'employeur sur la qualification au moment de l'engagement*».

Il est utile de rappeler que dans l'hypothèse où le salarié révèle à son employeur, en cours d'exécution du contrat de travail, qu'il possède une qualification supérieure à ce qu'il avait affirmé lors de son engagement, la jurisprudence s'est positionnée comme suit:

- si l'employeur n'était pas informé de la qualification de la salariée lors de son engagement, il importe dès lors

de situer le moment à partir duquel l'employeur avait connaissance de la qualification et était par là même dans l'obligation de payer à sa vendeuse le salaire correspondant³;

- le paiement d'un supplément de salaire n'est pas acquis de plein droit au salarié détenteur d'un diplôme de sorte qu'il incombe à celui-ci d'en informer son employeur⁴.

Clause de non-responsabilité: la présente chronique constitue un commentaire général et ne vise en aucune manière à fournir une description exhaustive de la législation et de la jurisprudence concernées.

¹ C.A., 3^e chambre, 1^{er} mars 2012, n° 36839 du rôle

² C.S.J., 3^e chambre, 7 juin 2007, n° 31742 du rôle

³ C.S.J., 21 novembre 2002, n° 25135 du rôle

⁴ C.S.J., 8 juillet 2004, n° 28414 du rôle

Publication

Le dépôt électronique des documents comptables auprès du Registre de commerce et des sociétés



Depuis le 1^{er} janvier 2012, l'ensemble des entreprises soumises au dépôt des comptes annuels auprès du Registre de commerce et des sociétés doivent effectuer lesdits dépôts électroniquement. Ceci implique que tous les comptes annuels, ainsi que les comptes consolidés déposés postérieurement au 1^{er} janvier 2012 et ce quel que soit l'exercice auquel ils se rapportent, soient déposés électroniquement sur le site du RCS.

La publication «Le dépôt électronique des documents comptables auprès du Registre de commerce et des sociétés» propose une compilation de toute la documentation utile pour le dépôt des comptes auprès du RCS. Il

spécifie les voies à suivre dans l'application d'une législation comptable complexe dans le but de faciliter la vie des utilisateurs, experts de la comptabilité et professionnels en entreprise.

Par une approche pratique, cet ouvrage présente une série de cas de figure correspondant à la forme et au régime juridiques des différents types d'entreprise et répond ainsi aux nombreuses questions que se posent inévitablement les praticiens concernés par le dépôt électronique des comptes et par la Centrale des bilans.

220 pages, disponible au prix de 39,22 EUR.

S'adresser soit aux Editions Kluwer, tél. numéro gratuit 800 48 034 ou en ligne via le site shop.kluwer.lu/depot-electronique soit à librairie Promoculture tél.: 48 06 91

Guichet.lu

Confidentialité et sécurité du certificat LuxTrust



Créé pour assurer le transfert du savoir-faire indispensable du domaine de la sécurité des systèmes d'information et de communication, le projet CASES Luxembourg (Cyberworld awareness and security

enhancement structure) met en ligne une vidéo explicative destinée à sensibiliser les détenteurs de certificats LuxTrust aux risques liés à leur manipulation.

Le certificat LuxTrust comporte les données personnelles de ses utilisateurs et permet de réaliser des opérations d'authentification en ligne ou des opérations de signature. A ce titre, il est important que les détenteurs de smartcards LuxTrust respectent certaines mesures de sécurité.

La vidéo de sensibilisation de CASES met en scène les erreurs d'utilisation types à éviter.

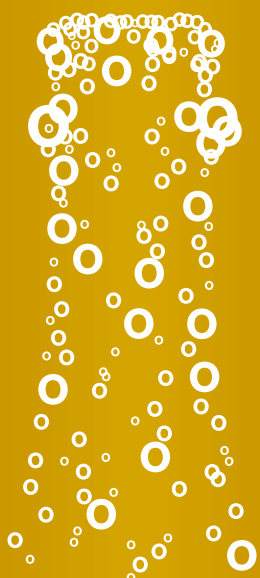
Trois cas de figure sont mis en avant:

- laisser sa smartcard sans surveillance;

- confier sa smartcard, ainsi que son code d'accès à une tierce personne;
- ne pas conserver tous ses codes d'accès en sécurité.

CASES Luxembourg met ainsi en garde contre les risques encourus et des conséquences éventuelles que les utilisateurs de cartes LuxTrust peuvent engendrer s'ils n'adoptent pas les bons réflexes.

Communiqué par le ministère de la Fonction publique et de la Réforme administrative – Centre des technologies de l'information de l'Etat ■



20 ANS
CRÉMANT DE
LUXEMBOURG

NOS CRÉMANTS,
VOS MOMENTS

20 ANS
REMP LIS
DE FINESSE
D'ÉMOTIONS
DE VIVACITÉ
DE GRANDS CÉPAGES
LUXEMBOURGEOIS
D'ÉLÉGANCE
DE DIVERSITÉ
DE RÉCOMPENSES
DE LÉGÈRETÉ
D'ONCTUOSITÉ
DE DÉCOUVERTES
DE FÊTES ET DE CÉLÉBRATIONS
DE FRAÎCHEUR
ET DE CARACTÈRE

Projet de loi portant réforme de l'enseignement secondaire

La Chambre de Commerce plaide pour une réforme en profondeur du système d'enseignement



Si la globalisation de l'économie et l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont profondément transformé le monde du travail et les modes de vie de nos sociétés modernes, les lois et règlements régissant l'enseignement secondaire, ainsi que les méthodes d'enseignement ont fort peu évolué au Luxembourg depuis les années quatre-vingts. Pour remédier à cette situation, le Gouvernement vient de présenter une proposition de loi visant à réformer l'enseignement secondaire. Dans l'avis qu'elle vient de publier, la Chambre de Commerce approuve la plupart des mesures proposées, mais estime que la réforme ne pourra pleinement porter ses fruits qu'à condition que l'enseignement rigide des langues soit enfin adapté à la réalité démographique et ce dès l'école primaire, que l'acquisition de compétences soit davantage valorisée par rapport à la simple accumulation du savoir et que l'école s'ouvre davantage au monde professionnel.

Si Internet, les ordinateurs et les téléphones portables ont largement transformé notre façon de vivre, de penser et de travailler, ils ont également eu et continuent d'avoir un impact considérable sur la manière de transmettre le savoir et de conférer des compétences. Il apparaît dès lors tout à fait inéluctable que la modernisa-

tion de nos sociétés et modes de vie soit accompagnée d'une modernisation équivalente des méthodes et structures d'enseignement. Le projet de loi que le Gouvernement vient de présenter pour réformer l'enseignement secondaire entend répondre à ce besoin de renouvellement en ambitionnant de doter le pays d'un système d'éducation moderne, proche des besoins de la société et de valoriser la performance au détriment d'un nivellement vers le bas quasi généralisé.

Bien que la Chambre de Commerce émette quelques réserves quant aux moyens à mettre en œuvre pour atteindre cet objectif ambitieux, elle partage entièrement l'analyse selon laquelle une réforme en profondeur de l'enseignement secondaire est tout à fait impérative. Aussi, dans sa prise de position, elle rappelle que le cadre légal et réglementaire régissant l'enseignement au Luxembourg date de la fin des années 1960 et – malgré certaines modifications et adaptations – n'a jamais été soumis à une réforme extensive. Or, la société luxembourgeoise a considérablement évolué au cours des 4 dernières décennies et a notamment connu une forte immigration et croissance démographique. Ainsi, depuis l'année 1991, la population a augmenté de 127.600 citoyens, dont quelque 108.300 étrangers, portant la quote-part d'étrangers à 43 %.

■ Pour un enseignement des langues adapté à la réalité démographique

Le système d'enseignement devra forcément tenir compte de cette évolution démographique, d'autant plus qu'elle va se poursuivre dans les années à venir. Aujourd'hui déjà, plus de 40 % des élèves fréquentant les écoles et lycées du pays sont non-luxembourgeois et plus de 60 % des enfants en première année de l'école primaire ne parlent pas la langue luxembourgeoise chez eux. Le système scolaire luxembourgeois devra apporter des réponses adaptées à cette nouvelle réalité.

Il faudrait donc renoncer aux pratiques rigides d'enseignement des langues étrangères, qui sont directement responsables d'une grande partie des échecs scolaires. En effet, le système actuel de l'apprentissage des langues exige que chaque élève maîtrise parfaitement au moins trois langues, à savoir l'allemand, le français et le luxembourgeois. Or, cet objectif est rarement atteint. Soit les jeunes ont des lacunes importantes en allemand (c'est souvent le cas pour les jeunes issus de familles parlant des langues romanes) soit en français (c'est souvent le cas pour les jeunes à la fin du lycée classique). Le tout sans que l'anglais ne puisse trouver une place suffisante tel que l'exigerait le fait que c'est bien cette langue qui domine de plus en plus dans les relations diplomatiques et économiques internationales.

La Chambre de Commerce propose donc de privilégier une voie d'enseignement flexible et souple assurant la bonne maîtrise d'une des langues administratives pratiquées au Luxembourg, respectivement d'une deuxième mais à un niveau moindre. Une telle approche resterait compatible avec le multilinguisme, qui constitue un des atouts du Luxembourg, tout en réduisant le risque d'exclusion. Elle pourrait être appliquée dès l'école primaire, en donnant à l'élève, puis à l'élève, le choix de la langue principale dite primaire (soit l'allemand ou le français), respectivement de la langue dite secondaire qui sera fonction du choix

précédent. Par ailleurs, l'accent devrait être mis davantage sur la pratique orale et l'atteinte de niveaux de compétence opérationnels. Finalement, la Chambre de Commerce estime que l'enseignement de l'anglais débute bien trop tardivement dans le parcours scolaire. Or, la maîtrise de la langue anglaise est absolument indispensable pour la réussite professionnelle.

■ **Contre la simple accumulation de savoir et pour l'acquisition de compétences**

Un autre reproche essentiel que la Chambre de Commerce fait dans son avis au système d'enseignement luxembourgeois est qu'il accorde bien trop d'importance à la simple transmission du savoir en privilégiant son accumulation et en négligeant sa mise en œuvre. Trop de savoir et trop peu de savoir-faire. Or, la seule maîtrise du savoir, même très pointue, n'est aujourd'hui plus suffisante pour répondre aux exigences d'un monde professionnel et d'une société de plus en plus complexes.

Aux yeux de la Chambre de Commerce, la réforme de l'enseignement secondaire doit davantage favoriser l'acquisition de compétences conjointement à une culture générale dont le niveau ne devrait cependant pas constituer un facteur récurrent d'échec scolaire. Dans ce contexte, la Chambre de Commerce plaide pour l'interdisciplinarité, la révision générale des programmes enseignés englobant notamment une consolidation des compétences de base linguistiques et une place majeure pour l'enseignement de l'économie. Elle renvoie dans ce contexte au concept de «compétences clés» que la Commission européenne est en train d'élaborer avec les Etats membres et qui englobent l'ensemble des connaissances, des compétences et des attitudes qui aident les personnes à s'épanouir sur le plan personnel et à accroître leur employabilité et leur intégration dans la société. Le cadre national des certifications (CNC), qui prévoit le développement de certifications basées sur une approche d'acquis de l'apprentissage fondée sur les compétences, est cité par la Chambre de Commerce comme exemple à suivre.

■ **Pour un renforcement de la relation école-entreprise**

Une importance particulière devrait en outre revenir à la sensibilisation des élèves et des enseignants au monde pro-

fessionnel. En effet, le lycée n'est pas à considérer comme une entité close, mais bien au contraire comme un lieu d'échange perméable aux aléas de la vie quotidienne et aux réalités de la sphère professionnelle. Beaucoup de lycées mettent en œuvre des initiatives parfaitement louables à cet égard dans le cadre de projets d'établissement («mini-entreprises»), mais il importe d'amplifier cette dynamique, voire de l'instaurer dans certains programmes de formation comme partie intégrante (visites d'entreprises, guest-speakers, chargé de cours invité et autres). A cet égard, la Chambre de Commerce s'inspire des solutions adoptées par les universités en général, encourageant des professionnels dotés d'un sens pédagogique avéré à intervenir dans le cadre de cursus universitaires bien déterminés. Elle-même propose d'ailleurs des services dans ce contexte, parmi lesquelles des visites d'immersion en entreprises pour enseignants, ou encore l'organisation d'exposés portant sur l'esprit d'entreprendre dans les lycées.

De manière plus générale et à l'instar de ce qui est pratique courante notamment en France, la réforme de l'enseignement secondaire devrait aux yeux de la Chambre de Commerce viser à promouvoir une «culture économique de base» et ceci pour tous les élèves et tous les niveaux d'âge, afin de doter les jeunes des savoirs indispensables pour mieux comprendre le fonctionnement de la société d'un point de vue économique et financier.

■ **Réduire la pratique abusive du redoublement grâce au tutorat**

Dans son avis, la Chambre de Commerce s'inquiète également du taux élevé de redoublements dans l'enseignement luxembourgeois. Avec 36 % des élèves de 15 ans qui indiquent avoir déjà redoublé au moins une fois au cours de leur scolarité, le Grand-Duché se place en effet à la 6^e place du hitparade des pays avec les taux de redoublement les plus élevés. Or, il s'avère que le redoublement systématique ou bien le trans-

fert vers un autre établissement d'élèves présentant de faibles résultats n'améliore pas la performance globale de l'étudiant, mais risque au contraire d'accroître les inégalités socio-économiques. Le redoublement engendre par ailleurs des coûts financiers non négligeables pour la société toute entière, des coûts que la Chambre de Commerce estime à quelque 110.000.000 EUR par année scolaire.

Une amélioration continue des mesures d'orientation, dès la fin de l'école fondamentale, respectivement tout au long de l'enseignement secondaire pourrait contribuer à diminuer sensiblement le taux de redoublement. Tout comme l'introduction d'un accompagnement personnalisé (tutorat) non seulement pour les élèves, mais également pour les enseignants qui en expriment le besoin. La technique du tutorat est aujourd'hui pratique courante dans beaucoup de pays, notamment au Royaume-Uni qui en a fait un de ses atouts majeurs. Il va de soi qu'un tel changement d'approche en matière organisationnelle et pédagogique impliquerait d'importantes mesures de formation continue pour les professeurs éventuellement disposés à le faire, voire le recours à des tuteurs professionnels.

A côté d'un recours plus systématique au tutorat, d'un renforcement des relations école-entreprise, d'une valorisation générale de l'acquisition de compétences et d'un enseignement plus flexible des langues, la Chambre de Commerce soutient dans son avis plusieurs autres pistes de réflexion pour augmenter l'efficacité du système d'enseignement, telles que l'optimisation de la gestion des lycées, la construction de passerelles entre l'enseignement secondaire et secondaire technique ou encore l'introduction de critères de performance objectifs et mesurables. Dans sa conclusion, la Chambre de Commerce estime que les mesures proposées par le Gouvernement ne pourront réussir que si tous les acteurs du système scolaire prennent leurs responsabilités et s'engagent activement dans une réforme qui de nécessaire est devenue inéluctable. ■

L'avis intégral de la Chambre de Commerce peut être téléchargé sur le site Internet: www.cc.lu.

Campagne «TRAJET, sécurisons-le!»

Pourquoi? Pour qui? Comment?



L'UEL, en partenariat avec l'Association d'assurance accident, et forte de la participation d'acteurs nationaux, a lancé une nouvelle version de l'action «TRAJET, sécurisons-le!», promue une première fois en 2004, à l'occasion du 6^e Forum de la sécurité et de la santé au travail qui s'est déroulé le mardi 24 avril à Luxexpo. Le but de la campagne est d'amener à une prise de conscience nécessaire de l'importance du problème par les entreprises et les salariés, afin d'adopter un comportement responsable et préventif face aux accidents de trajet et de mission.

La campagne offre 12 modules regroupant différents thèmes pouvant utilement être promus au sein

des entreprises, à raison d'un module par trimestre par exemple, ou selon un rythme choisi par l'entreprise. Ces modules peuvent être téléchargés sur le site www.securite-sante.lu.

Le premier module «**Pourquoi? Pour qui? Comment?**» donne, outre un aperçu sur le nombre d'accidents de trajet et de mission reconnus par l'Association d'assurance accident, des conseils aux entreprises et aux salariés.

■ Quelques conseils aux entreprises

«La prise de conscience de l'importance du problème et l'adoption d'un comportement adéquat contribuent à endiguer le phénomène en question».

Ce module indique aux entreprises comment procéder à l'analyse des accidents de trajet et de mission, comment évaluer les risques pesant sur la sécurité et la santé des salariés et quelles mesures de prévention peuvent être mises en place pour réduire les accidents de trajet et de mission. Cette analyse fait partie intégrante de la **gestion des risques** de l'entreprise, qui vise à évaluer les risques pesant sur la sécurité et la santé des salariés du fait des dangers présents sur le lieu de travail. L'évaluation des risques est la première étape du processus de gestion des risques qui permet de faire comprendre aux personnes concernées, employeurs et salariés, quelles sont les mesures à prendre afin d'améliorer la sécurité et la santé sur le lieu de travail. Les mesures de prévention mises en place suite à une évaluation des risques peuvent servir à diminuer les coûts engendrés par les accidents et les maladies professionnelles. Une évaluation appropriée s'avérera avantageuse pour les entreprises au vu des coûts engendrés par les accidents et du taux d'absence pour cause de maladie qui s'en verront diminués. Des salariés en bonne santé sont plus productifs et efficaces et peuvent ainsi mieux contribuer à la compétitivité des entreprises. Cependant, il importe également d'agir au niveau des salariés.

■ Quelques conseils aux salariés

«Les conducteurs bien formés et motivés sont moins souvent impliqués dans des accidents et prennent conscience de leur responsabilité vis-à-vis des autres usagers de la route».

En effet, un conducteur bien informé prend davantage conscience des conséquences de ses actes sur sa vie et son entourage. Ce module formule des conseils à l'égard des salariés,



Pour plus d'informations, téléchargez la publication de l'Association d'assurance accident
«L'évaluation et la gestion des risques»

(www.aaa.lu/publications/pas-a-pas-vers-levaluation-et-la-gestion-des-risques/)

qui a pour objet d'éclairer les employeurs, les travailleurs désignés et les autres parties intéressées sur les aspects pratiques de la mise en œuvre de l'obligation d'évaluer les risques telle qu'elle est fixée par le code du travail.

notamment sur les réflexions à avoir avant tout départ (prendre en compte des imprévus éventuels, anticiper des points noirs, faire des arrêts réguliers pour tout trajet supérieur à deux heures, etc.) et comment éviter des situations de

stress (partir à l'heure afin d'éviter des retards, adopter une conduite défensive, prendre en compte les conditions météorologiques, etc.).

Les contenus des autres modules de la campagne «TRAJET, sécurisons-le!»

seront présentés dans les prochaines éditions de *Merkur*. Prochain module: «**Avant de démarrer**».

La gestion du risque, la prévention du danger, la préservation de la santé et de la sécurité des salariés relèvent de l'engagement collectif de toutes les parties prenantes de l'entreprise.

Boîte à outils

- Cours en ligne sur les aptitudes et l'attention au volant proposé par AXA Assurances Luxembourg (<http://drivetraining.axa.lu/content.htm>)
- Etude sur les habitudes de trajet réalisé par l'Association pour la santé au travail du secteur financier (http://www.securite-sante.lu/images/stories/trajet2012/trajet_module_1_etude_astf_carole_bartois.pdf)

Pour toute information complémentaire: www.securite-sante.lu – E-mail: trajet@uel.lu

SOLEP – Assemblée générale 2012

Un nouveau Conseil d'administration au travail

L'assemblée générale 2012 de la Société Luxembourgeoise de l'Evaluation et de la Prospective (SOLEP) a.s.b.l. s'est tenue début juin au ministère de l'Economie et du Commerce extérieur.

Après trois années d'existence, il s'agissait de faire le point sur les avancées concrètes et les défis qui se présentent à l'association, dont la mission statutaire est de contribuer à la qualité des prises de décisions publiques en recourant notamment aux approches de l'évaluation et de la prospective. L'AG marquait également la fin du mandat du conseil d'administration de la société qui devait être renouvelé, conformément aux statuts.

Après un mot d'introduction et la communication du rapport moral 2012 par Alexandra Guarda-Rauchs, la présidente ad intérim, la parole a été donnée au secrétaire François-Xavier Borsi, qui a exposé les principaux éléments du rapport d'activités 2011. Ce rapport souligne principalement les actions menées pour lancer

et conduire l'exercice de prospective territoriale «Luxembourg 2030», notamment l'organisation d'un séminaire de prospective, d'une conférence et de cinq groupes de travail actifs.

Robert Urbé, trésorier de l'association, a ensuite présenté le rapport financier, en particulier le bilan, le compte de pertes et profits, ainsi que le budget prévisionnel de la SOLEP pour l'exercice en cours.

L'ensemble des rapports précités a été approuvé par les participants à l'assemblée générale. De même, avant la démission effective du premier conseil d'administration, ce dernier a avalisé quatre demandes d'adhésion à la société.

Dans le cadre du renouvellement du conseil d'administration, l'assemblée a eu un échange constructif sur la manière d'améliorer la gouvernance de l'association, en particulier du conseil d'administration. Elle a proclamé administrateurs 15 candidats qui se sont présentés à son suffrage et a donné mandat au nouveau conseil d'administration. Ce der-

nier a été chargé de faire des propositions concrètes d'ici l'assemblée générale 2013 pour rendre effective la nouvelle gouvernance attendue. A cet égard, l'assemblée générale a décidé que le mandat des administrateurs élus serait d'une année.

L'assemblée générale a également été l'occasion de discuter des projets et des initiatives à mener dans les semaines et mois à venir pour la nouvelle équipe d'administrateurs. L'exercice «Luxembourg 2030» est un défi qu'il faudra conduire à son terme d'ici une saison et le volet «évaluation» devra se développer de manière concrète.

Les administrateurs élus pour une année sont: Serge Allegrezza, François-Xavier Borsi, Guy Brandenbourger, Christel Chatelain, Pascal Deisges, Henry Demortier, Alex Durand, Laura Garcia, Alexandra Guarda-Rauchs, Luc Lefebvre, André Loechel, Hubert Strauss, Robert Urbé, Thibaut Westhof et André Weitzel.

Communiqué par la SOLEP ■

Lunch – meeting

La diversité des équipes dans nos entreprises: une vraie richesse! A quelles conditions?

A l'image de notre société, les entreprises sont devenues des groupes multiculturels où des hommes et des femmes, aux caractéristiques sociales et culturelles diverses, se côtoient et évoluent dans un contexte

commun. Quels sont les dispositifs à mettre en œuvre pour gérer cette diversité culturelle, afin que les différences se transforment en atouts? Quels sont les pré-requis pour que la diversité constitue une richesse pour l'entreprise et pour les salarié(e)s? Quels sont les risques et les opportunités liés à la diversité? Comment prévenir les situations de discrimination?

Ce sont les questions auxquelles Joëlle Letsch, managing partner de la société ADT-Center et ambassadrice de l'entrepreneuriat au féminin, tentera de répondre lors de cette conférence, en abordant notamment les enjeux de la diversité en entreprise comme de véritables moteurs de développement pour les entrepreneur(e)s.



Programme du lunch meeting:

- **12H00:** Accueil au Lunch Meeting
- **12H30:** Conférence «La diversité des équipes dans nos entreprises: une vraie richesse! A quelles conditions?» par Joëlle Letsch, managing partner, ADT Center
- **13H15:** Questions/réponses
- **13H30:** Collation
- **Lieu:** Chambre de Commerce – 7, rue Alcide de Gasperi – Luxembourg Kirchberg
Le lunch meeting se tiendra en langue française. La participation est gratuite et ouverte à tous. Merci de vous inscrire par courriel à l'adresse event@ffcel.lu avant le 29 juin 2012

3^e Job Shadow Day

Remise des certificats aux élèves et entreprises participantes

La manifestation de clôture du 3^e Job Shadow Day organisé par l'A.s.b.l. Jonk Entrepreneuren Luxembourg, en coopération avec la Fedil et la Chambre des Métiers, s'est déroulée au mois de mai dernier, en présence de Gérard Zens, représentant du ministère de l'Education nationale et de la Formation professionnelle, de Nicolas Soisson, directeur de la Fedil, de Yves

Elsen, président de Jonk Entrepreneuren Luxembourg et de nombreux représentants des entreprises et lycées ayant participé au projet, qui y ont reçu leur certificat. Certains élèves et dirigeants d'entreprise ont également témoigné de leur Job Shadow Day lors d'une série d'interviews animée par Sandie Lahure.

Le Job Shadow Day, qui s'est déroulé du 26 au 30 mars 2012, a permis à une

cinquantaine d'élèves de découvrir la vie d'entreprise et d'accompagner un dirigeant d'entreprise, ou son représentant, pendant une journée de travail. Deux à trois élèves méritants par lycée de 20 lycées ont répondu favorablement à l'appel lancé par Mady Delvaux-Stehres, ministre de l'Education nationale et de la Formation professionnelle, aux directeurs de lycées.

Vingt-sept entreprises (Accumulux, ADT-Center, ArcelorMittal, Cactus, CDC Construction, Chaux de Contern, Citibank Luxembourg, Codipro, Cogeco, Coplanning, Createam, Creos Luxembourg, Dussmann Service, Grant Thornton, Hitec Luxembourg, Imprimerie Centrale, Kaempff-Kohler, Luxair, Médiation, Mercedes-Benz Luxembourg, No-Nail Boxes, P&T Luxembourg, SES, Sermelux, Soludec, State Street Bank et Thermolux) membres de la Fedil et de la Chambre des Métiers ont ainsi accueilli deux élèves ou plus.

*Communiqué par l'A.s.b.l.
Jonk Entrepreneuren Luxembourg* ■



Les participants lors la remise des certificats

Association des Anciens de la Sacred Heart University – John F. Welch College of Business

Clara Moraru, élue à la présidence du conseil d'administration

Suite à l'assemblée générale, le conseil d'administration de l'association des Anciens de la Sacred Heart University, a élu à l'unanimité sa nouvelle présidente: Clara Moraru, qui avait déjà assumé cette fonction dans le passé, de 2005 à 2010.

La Vice-présidence revient à David Brucklacher (JP Morgan) qui assume également la fonction de trésorier, tandis que le secrétaire www.shu.lu & www.sacredheart.edu est Pierre Arens, (Banque ING). Le Conseil d'administration est complété par Antoine Rech (Sacred Heart University), membre non exécutif, et par Carole Retter (Moskito), membre non exécutif qui assure la liaison avec les étudiants de l'université et également le marketing et relations publiques de l'association.

Femme entrepreneur très impliquée dans la promotion du leadership et de l'entreprenariat féminins au Grand-Duché de Luxembourg depuis 2004, Clara Moraru gère sa société, Group Moraru S.à r.l. dont les principales activités incluent le centre de langues Languages.lu et la plate-forme et club d'affaires Inspiring Wo-Men (qui décerne les trophées «Inspiring Woman of the Year» et Top Company for Gender Equity»).

Dans son discours d'entrée en fonction, Clara Moraru a remercié l'ancien

conseil d'administration et a souligné le défi d'assumer la présidence de l'association quand l'université fête son 20ème anniversaire au Grand-Duché de Luxembourg. En effet, aujourd'hui l'association compte sur plus de 500 membres qui assument des fonctions à haute responsabilité dans différents domaines d'activités tels que la finance, l'industrie, la télécommunication, l'éducation etc.

La nouvelle présidente a rappelé la mission de l'association: «Promouvoir, développer et soutenir la communauté des anciens». Elle a ensuite souligné l'importance de quelques activités régulières. Elle souhaite notamment

reprendre les conférences – dîner qui mettent en avant le «success story» des anciens et qui avaient eu beaucoup de succès entre 2005 et 2010, dynamiser le réseau grâce aux relations privilégiées avec les personnalités locales ayant reçu un titre de «Doctor Honoris Causa» de l'université, développer le site Internet de l'association qui permettrait aux anciens étudiants de l'université d'avoir accès à la base de données des anciens de chaque génération et ainsi de pouvoir se mettre en contact avec eux et encourager les anciens à utiliser les groupes créés à leur attention sur les réseaux sociaux LinkedIn et Facebook. ■



(de g. à d.) Pierre Arens, Clara Moraru, David Brucklacher

Pour plus d'informations: www.shu.lu & www.sacredheart.edu



François Tusch, Corporate Consultant (left), Robert Thiemann, CEO & Managing Director, BPM/RT-Log

American Chamber of Commerce in Luxembourg (AMCHAM)

“It is important to provide skills to people trying to reintegrate, especially children”

Robert Thiemann has over 25 years of experience in the service industry, managing relocation, transportation, freight forwarding and logistics companies. In 2004, he created RT-Log S.A., taking over an existing logistics operation. In 2005, he launched BPM-Lux, a mail forwarding solution service, which expanded in 2011. Today RT-Log has a staff of 40.

During your time in Argentina, you were involved in clearing and delivering humanitarian help/supplies. What did you take away from this experience that prepared you for future humanitarian efforts?

In Argentina I became the supplier of reference and confidence of the Germany Embassy, as well as of the American and European expat communities in Buenos Aires, solving any transportation issues they had. As part of this, I was also involved in clearing and delivering humanitarian aid and sup-

plies sent from Europe and the U.S. to Argentina. There I saw first-hand how such aid vanished and was essentially destroyed by bureaucracy and administrative issues. It was difficult to see how these resources – so badly needed by the population – either did not get to the right people in time or were even abandoned at ports and airports.

Please tell us more about the organization you are currently supporting in Burkina-Faso, including how the idea came about.

Taab-Yinga is an association that takes care of helping children living in the streets in Ouagadougou, the capital of Burkina-Faso, to reintegrate into society. The Luxembourg Foundation, “Chrëschte mam Sahel – Chrétiens pour le Sahel”, with its Founder & President, Father Ferdy Fischer, is the principal support of this association.

Taab-Yinga has two major goals: family reintegration and educational/professional reintegration. It also supports different workshops, everything from welding and motorbike mechan-

ics to sewing and batik postcards. When Jean-François Tousch, our Corporate Consultant, approached me for the approval to accept a board position with them and to invest time in the NGO “Chrëschte mam Sahel”, I immediately accepted.

Why did you decide for BPM/RT-Log to support the cause?

The experience Mr. Tousch had was quite different than my own experience in Argentina. Now that I was certain the generated resources could be controlled and would reach the people who needed help, I requested to know more about opportunities so we could help.

BPM/RT-Log sends batik season’s greeting cards made by the aforementioned batik workshops. What role do these cards play for BPM/RT-Log and for the NGO itself?

For BPM/RT-Log, we are able to offer our customers and friends an original gift, as well as the feeling that we are giving something back. For the NGO, it is important to provide skills to people trying to reintegrate, especially children. However, a sort of double effect is also created: each card also has the NGO’s logo and contact details on the back, in case recipients want to further help the “Chrëschte mam Sahel” (www.cms.cercl.lu). This helps the ONG gain more exposure – not just in Luxembourg but also worldwide.



How do you help guarantee long-term sustainability of the association?

We cannot intervene directly as the NGO is autarchic, and our support is only a small contribution. Our input and investment there is mainly the time we authorize for Mr. Tousch to help with the NGO in Ouagadougou. The NGO has an employee working for the “Chrëschte mam Sahel” in Ouagadougou, supervising the association and its projects, including the batik greeting cards. He regularly reports back to the office in Luxembourg. We have been sending these greeting cards for three years and,

as the cards have truly become collectors’ items, we will be happy to support the organization in the years to come.

*Interview by
Natalie Gerhardstein, AMCHAM
Photos: Robert Prendergast*



Interested in joining AMCHAM? Visit www.amcham.lu or call (+352) 43 17 56



CLAUDE KONRATH
DEPUIS 1957

HALL INDUSTRIEL / ARTISANAL

à Steinsel, rue des Prés

Bureaux: 77 m2

Entrepôts: 231-365 m2

Disponible
01/09/2012




Claude KONRATH - 71, rue des Prés - L-7333 Steinsel - www.konrath.lu - Tél.: 33 23 61-1

EN BREF



Total
Nouveau sponsor du basketball luxembourgeois

Total Luxembourg a choisi de s'investir dans le basket en devenant sponsor officiel de la Fédération Luxembourgeoise de Basketball (FLBB) ainsi que le sponsor officiel de la ligue masculine et féminine de national 1. Sous la dénomination «Total League», Total Luxembourg devient le nouveau partenaire du basket au Luxembourg et remplace la «Diekirch League». Le contrat a été signé pour une durée de trois ans. En choisissant de s'investir dans l'un des sports les plus populaires au Luxembourg avec 60.000 spectateurs par an pour 900 matchs, Total Luxembourg réaffirme des valeurs auxquelles l'entreprise luxembourgeoise est très attachée: le dynamisme, l'esprit d'équipe, la solidarité et le respect. Mais l'ambition du sponsoring vise aussi à promouvoir la marque Total en s'assurant une visibilité tout au long de l'année et à créer une relation forte et durable avec les Luxembourgeois, notamment avec les jeunes. Pour assurer cette visibilité, Total Luxembourg a développé une identité visuelle pour la Total League en déclinant l'image de sa mascotte «Monsieur Sympa».

Chronicle.lu
New website for the international community



Chronicle.lu has been launched on 1st June as an english-language online service site that provides the international community with quality, timely and independent news on what is happening in and around Luxembourg. Chronicle.lu currently contains news (headlines) and opinion (blog posts) on topics related to living and working in and around the Grand Duchy of Luxembourg. Shortly, it will also provide a daily eNewsletter service as well as classified ads and competitions for which users will need to register.

Cargolux
Delivery of fourth Boeing 747-8 Freighter



Cargolux took delivery of another Boeing 747-8 Freighter at the aircraft manufacturer's delivery center in Everett. After a short ferry flight to Seattle-Tacoma International Airport,

the fourth aircraft out of a total order of 13 entered into revenue service on the same day with the flight continuing to Los Angeles prior to joining the Cargolux fleet in Luxembourg. "LX-VCE, which is the first aircraft that was not part of the test flight program, is also the first 747-8F delivered from Boeing with increased operational weights. The maximum takeoff weight has gone up by 6 tonnes to 442 tonnes. As our 747-8F fleet is growing steadily, we are able to enjoy the increased economics of the new freighter in our operations," said Frank Reimen, Cargolux President & CEO. With the acceptance of LX-VCE, City of Echternach, Cargolux continues its fleet rollover program that was initiated with its original order for the 747-8 freighter in 2005. The new aircraft replaces a 747-400F that is due to leave the fleet in the summer.

PwC Luxembourg
3^e édition de «Securisation in Luxembourg»



La 3^e édition de «Securisation in Luxembourg» édité par PwC Luxembourg offre un aperçu détaillé du marché de la titrisation au Luxembourg et apporte des clarifications sur les aspects légaux, fiscaux et réglementaires relatifs aux organismes de titrisation au Luxembourg. Le secteur a connu des transformations considérables, tant au Luxembourg qu'à l'international, depuis la parution de la précédente brochure en 2007. Dans ce contexte, cette troisième édition fournit une vue d'ensemble des structures de titrisation sur le marché luxembourgeois et détaille les évolutions en termes de comptabilité, d'aspects réglementaires et de reporting. Après une introduction générale dans le domaine de la titrisation et une présentation des notions fondamentales et des principaux types d'opérations de

Industrie

Paul Wurth annonce de bons résultats pour 2011 et un partenariat stratégique



En ce qui concerne les réalisations, l'année 2011 a permis au groupe Paul Wurth de mener à bien plusieurs grands projets, dont le nouveau haut fourneau N°7 de Novolipetsk Iron & Steel en Russie

L'Assemblée générale ordinaire des actionnaires de Paul Wurth S.A. s'est récemment tenue sous la présidence de Michel Wurth pour notamment approuver les comptes de l'exercice 2011. Malgré un environnement économique et concurrentiel plus difficile, le groupe a pu clôturer l'exercice 2011 en termes de performance financière en ligne avec les résultats de l'année 2010. La conclusion d'un partenariat stratégique avec SMS Group, renforçant le potentiel de développement du groupe, est en discussion.

Si le début de l'année 2011 était encore empreint d'un certain optimisme, l'incertitude sur les marchés économiques et financiers, notamment en Europe, a assombri les perspectives de croissance à l'échelle mondiale. Dès le deuxième semestre, les producteurs sidérurgiques de par le monde ont affiché une grande prudence dans la mise en œuvre de leurs investissements, voire carrément reconsidéré certains projets d'augmentation de leurs capacités de production. Le report de ces projets d'expansion s'est par conséquent ressenti dans le volume de nouveaux contrats qui ont pu être notés en 2011

par le groupe Paul Wurth (411,2 millions d'EUR) par rapport à l'année précédente. Avec 900,1 millions d'EUR, le carnet du groupe au 31 décembre 2011 se maintient à un niveau élevé.

Le chiffre d'affaires de l'exercice 2011 s'établit à 491,1 millions d'EUR et le groupe clôture l'exercice avec un résultat net (part du groupe) de 18,2 millions d'EUR, c'est-à-dire pratiquement au même niveau qu'en 2010. Compte tenu de ces résultats, l'assemblée générale a approuvé la distribution d'un dividende brut inchangé de 420 EUR par action au titre de l'exercice 2011.

Le groupe a maintenu sa présence commerciale à un niveau élevé tout au long de l'année. Bien que certaines commandes significatives déjà négociées restent en attente de leur prise d'effet, les compétences techniques et commerciales que le groupe réunit en son sein, assureront un courant d'affaires suffisamment étoffé même dans un scénario où la fragilité de l'environnement économique général devait persister pendant quelques trimestres encore. Paul Wurth a aussi confirmé les discussions en cours avec le groupe

SMS établi à Düsseldorf en vue de sceller une étroite collaboration. Les deux sociétés occupent chacune dans leurs champs d'activité respectifs des positions de leader dans le domaine de la

construction d'équipements et d'installations métallurgiques et sont parfaitement complémentaires.

Leasing automobile

Le Car Center d'ALD Automotive ouvre ses portes à Capellen



L'inauguration officielle du nouveau Car Center ALD Automotive a eu lieu en présence de Paul Trierweiler, Sales Manager, Dominique Roger, Country Manager, Gerrit Canipel, Sales Manager et Luc Berhin, Sales Director.

ALD Automotive Luxembourg, acteur majeur du leasing automobile au Luxembourg, vient d'inaugurer son centre logistique à Capellen. Baptisé «Car Center», sa vocation est d'offrir une plate-forme logistique de qualité, à haute valeur ajoutée de service, pour un accès facile à l'automobile et à l'utilitaire.

Ouvert depuis quelques mois déjà, le Car Center d'ALD Automotive est maintenant pleinement et officiellement opérationnel. Implanté dans la zone d'activités de Capellen, à une dizaine de minutes de Luxembourg par l'autoroute. Il est résolument orienté confort, efficacité et simplicité puisqu'il offre toutes les commodités pour permettre à nos clients d'accéder facilement à l'automobile et à l'utilitaire. Plate-forme logistique conçue et voulue pour offrir toutes les solutions en un seul et même endroit, le Car Center permet la livraison de véhicules neufs (privés et utilitaires) en location courte, moyenne et longue durée. Il permet en plus la restitution dans les meilleures conditions de ces mêmes véhicules à la fin du contrat ainsi que leur revente.

Disposant d'un parc de 300 véhicules de location à destination des clients leasing pour leur offrir des solutions de mobilité en cas de réparations, de sinistres ou de délais de livraison constructeur importants, le Car Center permet à la clientèle d'avoir à disposition une solution rapide et efficace pour assurer leur mobilité. Tous types de véhicules sont proposés à la location, de la petite citadine au monospace, en passant par la catégorie Luxury et utilitaire. L'espace offert permet d'assurer le retour de 5.500 véhicules par an et leur revente aux professionnels et particuliers (fin de leasing) en parfait état de carrosserie et d'entretien. Ces véhicules offrent d'excellentes opportunités avec des voitures de haut niveau (moteur et équipement). Les conducteurs et gestionnaires de flotte peuvent maintenant bénéficier d'une structure d'une grande flexibilité qui apporte une importante valeur ajoutée aux traditionnels services liés à la location courte, moyenne et longue durée.

EN BREF

titrisation, la brochure fournit un aperçu des organismes de titrisation établis au Luxembourg. Ces derniers ont fait l'objet d'importants changements depuis l'adoption de la loi du 22 mars 2004 relative à la titrisation. La publication aborde également les aspects pratiques tels que la lutte contre le blanchiment, les dispositions de consolidation sous le référentiel IFRS, les exigences de fonds propres conformément aux accords de Bâle II/III, la divulgation d'informations à la BCL et l'impact de la directive AIFM. La brochure peut être téléchargée sur www.pwc.lu/en/securitisation/docs/pwc-securitisation2012.pdf.

Tolet.lu

La nouvelle adresse de l'immobilier professionnel

Depuis fin avril, le secteur de l'immobilier professionnel grand-ducal dispose d'un nouvel outil de communication avec le portail www.tolet.lu, qui a pour ambition d'offrir au public une vue actualisée et étendue de l'immobilier professionnel au Grand-Duché de Luxembourg. Pour son lancement, tolet.lu propose près de 40.000 m² de surfaces de bureaux à la location, soit 20 % de l'offre disponible sur le marché. Chaque bien fait l'objet d'une présentation détaillée, par le biais de mini-sites totalement personnalisés. Le public y trouvera les informations de base les plus utiles, une présentation de l'immeuble avec photos ou vues 3D, un plan de localisation, les spécifications techniques, un plan d'étage type et le détail des surfaces disponibles et les coordonnées complètes de la (ou des) personne(s) en charge de la commercialisation. Tolet.lu consacre également une place de choix à l'actualité du marché de l'immobilier professionnel au Luxembourg. Les informations du secteur sont présentées sous forme de news et traitent d'une large variété de sujets comme l'évolution des prises en occupation, les déménagements et leurs motivations, le suivi des constructions en cours ou l'annonce des nouveaux projets.



Bubble-bin

Débarassez-vous de vos petits déchets avec classe

Le nouveau bubble-bin, un produit innovant issu du savoir-faire luxembourgeois, se positionne comme solution pour les petits déchets tels que chewing gums, papiers de bonbons, cure-dents, etc. Compact et élégant, bubble-bin s'intègre à tous les environnements. Il s'agit d'une petite poubelle souple et stylée, qui aide à garder son environnement immédiat propre et net – dans les restaurants, les bars, les hôtels, les halls d'accueil ou les voitures. Inventé, conçu et développé au Luxembourg, ce produit original est né de l'imagination de Paul Loutsch, dont le projet était de «construire la poubelle de table non seulement la plus jolie, mais aussi la plus pratique». L'objet consiste en un corps en verre givré, un couvercle tournant disponible en trois coloris (noir, blanc et argent) et divers bols en carton biodégradable, disponibles pour l'instant en cinq couleurs. Grâce à son concept modulaire, bubble-bin change de look en un tournemain et s'adapte partout, en se montrant, au choix, discrète ou bien visible. Les gobelets en carton ajoutent la facilité à la fonctionnalité: quand bubble-bin est plein, il suffit de retirer le gobelet et de le vider ou de le jeter. Plus d'infos sur www.bubblebin.com.



Sting

Participation dans Coffee & More S.A. et BeeWee S.A.

La société d'investissement Sting prend une participation dans la société Coffee & More S.A., propriétaire de la marque Caspar, et BeeWee S.A., spécialisée dans le développement d'application web et mobile. Les 300.000 EUR que Sting investit dans Coffee & More S.A. serviront au développement de la marque Caspar au Luxembourg. Après le succès formidable qu'a connu Caspar dans son premier Coffee Shop à Esch/Alzette et grâce à la participation active de Sting, les partenaires comptent ouvrir d'autres établissements suivant le même concept à travers le pays. «Caspar Mobile», coffee shop sur roues qui se déplace là où se trouvent les clients



EN BREF

lors de manifestations, de fêtes, de marchés etc. a été testé avec succès en automne dernier et va aider à faire monter la marque au niveau national. Les 400.000 EUR investis par Sting dans BeeWee S.A. serviront à accompagner le développement de la société BeeWee pour en faire une valeur sûre du marché de l'informatique du Luxembourg.



Phoenix Contact
Une protection intelligente contre les surtensions

La nouvelle gamme de produits Plugtrab PT-IQ de Phoenix Contact propose pour la première fois un contrôle prévisionnel du fonctionnement des dispositifs antisurtension pour les interfaces de signaux. Un signal d'état jaune indique que la limite de puissance est atteinte en raison de surtensions fréquentes. Une petite réserve de puissance veille à ce que la protection reste tout de même encore active. L'utilisateur est alors informé et peut remplacer la fiche de protection avant qu'une panne de la fonction de protection due à une surcharge ne survienne. Une panne est indiquée par un signal rouge. La signalisation à distance permet à l'utilisateur de vérifier l'installation, indépendamment du lieu et du temps. Le contrôleur se charge de la gestion d'une barrette avec les dispositifs de protection. Il sert en même temps d'alimentation en tension et d'unité d'évaluation centrale pour tous les signaux d'état. Le concept d'installation avec un bus de rail porteur intégré permet un montage rapide et sans erreur. L'alimentation en tension et le signal d'état sont déjà raccordés en encliquetant chacun des modules, ce qui réduit les frais de câblage. Plus d'infos sur www.phoenixcontact.lu.

Au cours du «Luxembourg Green Business Summit 2012», organisé par GreenWorks, les pneus Goodyear Marathon pour camions ont été distingués par le «Green Product Award» pour les efforts accomplis dans la réduction de l'empreinte CO₂ grâce à sa technologie innovante permettant des économies de carburant.

GreenWorks est une plate-forme dédiée aux entreprises sensibles à l'impact environnemental de l'économie moderne et aux initiatives nationales ou internationales pour favoriser

Luxembourg Green Business Summit

Goodyear reçoit le prix «Green Product» pour ses pneus camion Marathon



le développement durable. La conférence du soir a rassemblé quelque 700 acteurs et décideurs de l'économie luxembourgeoise et a été ouverte par les discours sur la durabilité et le changement climatique des directeurs de la durabilité de chez PwC Luxembourg, du groupe français Bouygues et du Groupe L'Oréal.

L'apothéose de la soirée étant la distribution des Prix «Green Business». Goodyear avait présenté son projet des pneus camion à succès Marathon LHS II, LHD II et LHT II pour les essieux avant, d'entraînement et pour la remorque dotés de la plus récente technologie d'économie de carburant. Ces pneus offrent d'importants avantages environnementaux au cours de leur cycle de vie grâce à l'amélioration des performances économiques sans aucun compromis sur les aspects de sécurité.

Ces projets ont été soumis à un jury composé de 50 dirigeants d'entreprises locales. Henk van Tuyl, directeur technologie des pneus camion pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique, a représenté Goodyear au sommet avec plusieurs membres de l'équipe du développement des pneus camions émanant du Centre d'Innovation de Goodyear Luxembourg (GIC*L).

«Ce prix récompense tous les efforts déployés par l'équipe du GIC*L pour réduire les émissions de CO₂ grâce à des technologies innovantes», a déclaré Henk van Tuyl. «Ces technologies sont nécessaires à la lumière des règlements de l'UE à venir et qui exigent l'étiquetage des pneumatiques couvrant la consommation de carburant, les émissions de bruit et des informations sur la performance sur sol humide à partir de la deuxième moitié 2012.» ■

Energies alternatives

Deux nouveaux véhicules 100 % électriques pour l'Entreprise des P&T

Engagé dans une démarche de développement durable, P&TLuxembourg fait un nouveau pas vers une mobilité plus écologique en mettant en service deux véhicules Renault Kangoo Z.E. (zéro émission) 100 % électriques.

Jos Glod, directeur général adjoint, et Paul Peckels, directeur et président

du comité de développement durable de P&T, ont reçu le 7 juin 2012, en présence de Gaston Bohnenberger, responsable de la flotte des véhicules de P&T, les clés des mains de Frédéric Maillard, directeur général de Renault Retail Group Luxembourg (RRG). A la remise des clés ont également participé Lucien Marx, responsable du départe-

ment sociétés, et Fabienne Demarcin, responsable des véhicules électriques chez Renault. Avec 650 kg de charge utile et jusqu'à 4,6 m³ de volume de chargement, la Renault Kangoo Z.E. est un véhicule très bien adapté aux besoins de la distribution postale. «La distribution postale se prête de façon exemplaire à l'usage de véhicules électriques.

En effet, les parcours, les distances et les temps des tournées de distribution sont prédéfinis, et peuvent donc être adaptés aux spécificités d'une voiture électrique en termes d'autonomie et délais de recharge», explique Paul Peckels.

Les deux nouveaux Renault Kangoo Z.E. sont de couleur blanche et arboreront le logo Eco+ «100 % elektresch, 100 % gréng Stroum». Ce logo illustre que l'énergie électrique qui les fait fonctionner, comme d'ailleurs toute l'énergie électrique alimentant l'Entreprise, est d'origine éolienne ou hydraulique, et ne provoque donc aucune émission de CO₂. Les autres véhicules électriques de P&T tels que les tricycles et deux Peugeot iON en service depuis 2011 portent également ce logo. «Le respect de l'environnement et la préservation des res-



sources naturelles figurent parmi nos priorités, explique Paul Peckels. Nous continuerons à réduire notre consommation en essence et diesel et donc à réduire nos émissions de gaz à effet de serre en recourant, partout où cela est possible,

à des alternatives électriques – des voitures électriques ou des tricycles utilisés dans la distribution postale – ou en promouvant des conseils en faveur de l'éco-conduite pour nos chauffeurs.»

Mise en garde concernant un nouvel Annuaire professionnel

Une société, dont l'adresse postale est en Allemagne, démarché actuellement des entreprises luxembourgeoises en utilisant la dénomination de «PUBLICATION DES ENTREPRISES 2012 SUR LE PORTAIL DES ENTREPRISES DE LUXEMBOURG». Cette société, dont l'adresse du site **www.portail-des-entreprises-lu.com** peut induire en erreur, n'a aucun lien avec le Guichet-Entreprises (**www.guichet.lu**), ni avec l'ancien portail Entreprises (**www.entreprises.lu**) mis en place par le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur, en collaboration avec le ministère des Classes moyennes et du Tourisme et en partenariat avec la Chambre de commerce, la Chambre des métiers et la FEDIL – Business Federation Luxembourg.

Nous conseillons à toutes les personnes, entreprises ou organismes ciblés de rester très vigilants et de ne pas confondre les services gratuits du Guichet-Entreprises avec les offres payantes de cette société allemande.

Vérifiez toujours l'identité exacte de votre correspondant, coordonnées comprises, et avant de signer quoi que ce soit, lisez l'entièreté du document.

Communiqué par le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur et le ministère des Classes moyennes et du Tourisme ■



Entrepreneuriat

Woman Business Manager of the Year Award – édition 2012

La Banque Internationale à Luxembourg (BIL) lance la 7^e édition du prix «Woman Business Manager of the Year Award». A travers ce prix doté de 10.000 EUR,

BIL contribue une fois de plus aux efforts pour promouvoir le rôle de la femme dans l'économie luxembourgeoise et donne une visibilité importante aux lauréates. Cette année, toute femme cadre

dirigeante ou cheffe d'entreprise ayant contribué par un projet au développement d'une entreprise implantée au Luxembourg pourra participer au Prix «Woman Business Manager of the Year». Le Prix est organisé par la BIL, en collaboration avec PricewaterhouseCoopers et le media partner paperJam.

Le «Woman Business Manager of the Year Award» est soutenu par la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur, le ministère de l'Egalité des chances, le ministère des Classes moyennes et du Tourisme, la Fédération des Femmes Cheffes d'Entreprises du Luxembourg ainsi que l'association Femmes Leaders Luxembourg qui soutient pour la première fois le concours.

Le jury récompensera la qualité mais également l'originalité des parcours professionnels des candidates. Les dossiers de candidatures devront être envoyés par courrier électronique avant le 15 octobre 2012.



Pour plus d'informations, les participantes pourront contacter la BIL par téléphone au (+352) 4590-5333 ou par E-mail (Gaby.TezoAntunes@bil.com) ou surfer sur www.bil.com

Gastronomie

La Table d'Axelle: nouvelle adresse gourmande à Luxembourg-Ville

Au N° 8 de la rue Chimay, en lieu et place du célèbre restaurant Speltz, la nouvelle enseigne «La Table d'Axelle» accueille désormais les clients dans un nouveau décor raffiné. Aux commandes, Axelle Noto, qui reçoit ses clients «comme à la maison». La nouvelle adresse mise avant tout sur un choix rigoureux de produits d'exception, minutieusement sélectionnés auprès de producteurs reconnus pour

la qualité de leur travail, cuisinés avec talent et panache, et présentés avec soin et attention. Les grands classiques de la gastronomie rencontrent de nouvelles saveurs, les plats canailles se font revisiter en douceur, le chateaubriand se partage entre carnivores assumés, les légumes batifolent avec les aromates pour le bonheur des végétariens.

«La Table d'Axelle» propose aux amateurs de fromages et connaisseurs

de toutes pâtes de les régaler d'assiettes de dégustation savamment orchestrées par Philippe Marchand, maître affineur à Nancy, célèbre pour ses chefs d'œuvre crémiers. Pour les becs sucrés, les créations d'entremets et de pâtisseries sauront tenter les plus gourmands, alors que les plus sages savoureront des sorbets de fruits frais turbinés minute... légers en calories, riches en saveurs. Outre une carte équilibrée et une carte des vins en

rapport, «La Table d'Axelle» propose plusieurs formules de menus «dégustation» ou «découverte» auxquelles viennent s'ajouter des menus thématiques ou saisonniers. «La Table d'Axelle», c'est enfin une ambiance, un bar lounge pour prendre l'apéritif ou un cocktail inédit avant ou après le repas, ou simplement pour partager un bon moment entre amis. Pour plus d'informations: www.latabledaxelle.lu.



ING Solidarity Awards

83.000 EUR pour le secteur associatif

8 3.000 euros ont été attribués à diverses associations luxembourgeoises lors de la remise des ING Solidarity Awards qui s'est déroulée ce mercredi 13 juin 2012 au forum Geesseknäppchen. Un public de 350 personnes, rassemblant aussi bien des membres des associations luxembourgeoises que des représentants du monde de la presse et des affaires, a pris part à l'événement. L'initiative «ING Solidarity Awards» a été lancée par ING le 17 avril dernier avec la volonté de poursuivre sa logique de Responsabilité Sociale d'Entreprise. ING avait invité toutes les associations établies au Grand-Duché à y participer, qu'elles soient clientes ou non d'ING Luxembourg. L'objectif était de récompenser et de soutenir le secteur associatif luxembourgeois à travers un concours en deux volets: un vote en ligne du public pour une association et un vote du jury d'ING pour un projet d'association.

Pour le vote du public en ligne, 210 associations se sont inscrites et les 40 associations qui ont obtenu le plus de votes ont été récompensées par un chèque de 1.000 EUR chacune. Pas moins de 48.000 votes ont été enregistrés. Par ailleurs, un jury indépendant composé de 7 personnes – 4 externes à ING et 3 internes à ING – a examiné 116 projets d'associations qui leur sont parvenus. Ce volet demandait aux associations de soumettre un projet s'inscrivant dans l'une des trois catégories suivantes: Aide humanitaire nationale ou internationale; Handicap/intégration sociale/jeunesse/secours et Santé/sport/autres. Lors des délibérations, le jury a



L'action d'ING est une première au Luxembourg et une belle réussite avec 48 associations récompensées dans le cadre d'une cérémonie de remise de chèques au Forum Geesseknäppchen

décidé de créer deux distinctions supplémentaires en attribuant un 3^e prix de 2.000 EUR dans la catégorie «Aide humanitaire nationale et internationale» et un prix «Coup de coeur du jury» d'un montant de 5.000 EUR.

Dans la catégorie «Aide humanitaire nationale, internationale et secours», le 1^{er} prix (8.000 EUR) a récompensé le projet de l'association *Pour un sourire d'enfant Luxembourg*, le 2^e prix (4.000 EUR) a été décerné à *Ënnerdaach A.s.b.l.* et le 3^e prix (2.000 EUR) est revenu à la *Fondation Luxembourg – El Salvador*. Dans la catégorie «Handicap, Jeunesse, Intégration sociale», l'association *Autisme Luxembourg A.s.b.l.* a remporté le 1^{er} prix (8.000 EUR), suivi de *Schrëtt fir Schrëtt A.s.b.l.* pour le 2^e prix (4.000 EUR). Les lauréats de la catégorie «Santé, Sport et Autres» se

sont vus remettre chacun un chèque de 8.000 EUR pour le 1^{er} prix qui est allé à ALPAPS – *Special Olympics Luxembourg* et 4.000 EUR pour le 2^eme prix attribué à l'association ALAN. Enfin, le prix «Coup de coeur» du jury de 5.000 EUR a été remis à l'*Amicale vun der Schoul fir Assistenzhonn*.

Rik Vandenberghe, CEO d'ING Luxembourg, s'est réjoui du succès de cette initiative, une première au Grand-Duché. Il a notamment souligné la fierté d'ING d'avoir pu donner de la visibilité aux associations locales à travers les ING Solidarity Awards avant de donner rendez-vous pour les «ING Solidarity Awards 2013». Pour toute information complémentaire: www.ing.lu/solidarityawards.



Promotion touristique

L'ONT au diapason: Marketing, recherches et enquêtes

La réorganisation structurelle et organisationnelle de l'ONT réalisée entre 2010 et 2012 vise à en faire «le point de contact unique des interlocuteurs institutionnels ou privés en matière de promotion touristique». Cette nouvelle série d'articles se veut interactive et propose sous forme d'interviews les actions majeures susceptibles de répondre directement aux attentes des acteurs professionnels du secteur.

L'ONT est en voie de devenir un acteur qui dispose de plus en plus de données qualitatives et quantitatives permettant de connaître au mieux les touristes et leurs besoins. Cette mission, longtemps revendiquée par l'Horesca, revêt d'autant plus d'importance que les statistiques officielles sont souvent tardives, voire incomplètes. Sans connaissance approfondie de ses clients, l'ONT ne peut pas développer de nouvelles stratégies, déterminer de nouveaux segments de marchés, dénicher des canaux d'information et de sensibilisation. Homme discret et travailleur rigoureux, Alain Krier est atta-

ché et économiste au service de l'ONT depuis l'an 2000.

Vous êtes en charge de l'analyse des marchés internationaux. Comment travaillez-vous?

Alain Krier: Les travaux du service marketing se fondent sur des analyses quantitatives et qualitatives. Elles répondent aux exigences des 2 premières missions de l'ONT de «produire, collecter et analyser des données qualitatives et quantitatives permettant de connaître les touristes et leurs besoins, d'évaluer leur performance touristique, et de construire une stratégie de promo-

tion ciblée par segment». Depuis 2011, nous menons aussi des enquêtes bimensuelles pour disposer rapidement d'informations et de précisions sur l'évolution de la fréquentation touristique, en plus des renseignements fournis par le Statec. Il nous importe également d'obtenir des informations plus précises sur l'impact économique du tourisme. Ces travaux sont actuellement en cours.

Qui sont vos interlocuteurs?

Alain Krier: Au niveau international, ce sont les responsables de la United States World Tourism Organization (UNWTO), la European Tra-

vel Commission (ETC), les Offices Nationaux de Tourisme d'autres pays, les représentations touristiques à l'étranger; au niveau national, le ministère du Tourisme, les associations professionnelles, les Offices Régionaux du Tourisme, les Syndicats d'Initiative. Sur le terrain, nous mènerons une importante enquête de satisfaction des clients en questionnant quelque 2.000 visiteurs, de jour et de nuit, pour mieux connaître leurs besoins et comportements. Il s'agira d'enquêtes menées directement avec le client in situ. Les clients seront interviewés sur les points d'accès, les bureaux touristiques, dans les établissements d'hébergement. Le but est de pouvoir établir le profil exact de différentes cibles et segments de marchés considérés comme porteurs pour le tourisme national.

Comment opérez-vous la sélection des marchés?

Alain Krier: Nous achetons également des études sur le comportement touristique sur différents marchés. Ces études servent, entre autres, à évaluer le potentiel touristique des marchés émetteurs et clientèles cibles. Dorénavant les résultats tirés de la «guest survey» susmentionnée compléteront ces données. Toutes ces infos permettent de définir une stratégie marketing qui donne la priorité aux marchés et segments jugés les plus opportuns pour le tourisme luxembourgeois.

Comment se portait le tourisme luxembourgeois au printemps 2012? Quels sont ses défis pour l'hôtellerie de ville, de campagne? Où peut-on trouver vos études?

Pour les quatre premiers mois de l'année en cours, la fréquentation touristique a augmenté de 1,5 % au niveau national, la croissance relevée en 2011 est toujours d'actualité, quoique ralentie. La prévision des professionnels sur le développement pour les 4 mois à venir

est située en-dessous de la moyenne. Si le tourisme d'affaires s'est bien développé sur les premiers mois de l'année en cours, celui des loisirs concernant davantage les régions rurales se porte moins bien. Cette affirmation est toutefois à nuancer car au cours des 4 premiers mois, plusieurs hôtels de campagne étaient encore fermés. Ce qui importe toutefois de souligner, c'est que le chiffre d'affaire s'est moins développé en raison d'une politique des prix basse que le marché exige pour le moment. Face à cette évolution, il faut veiller à ce que l'on garde les moyens pour pouvoir offrir un produit touristique de qualité également à l'avenir. Autre défi à relever: le clivage entre le tourisme urbain et rural. Le détail des résultats obtenus est exclusivement à disposition des établissements qui participent aux enquêtes. Ceux désireux de rejoindre le pool des enquêteurs, pourront s'inscrire à l'adresse ci-dessous.

Comment organisez-vous les campagnes publicitaires sur les différents marchés? Quels sont les actions fortes de l'ONT en 2012? Quel profit un hôtelier peut-il en tirer pour sa maison? Comment pourra-t-il adhérer?

Alain Krier: Cette année, le tourisme pour les seniors est à l'avant-plan de nos actions. Nos campagnes dans la presse internationale sont combinées à une promotion spécifique sur notre site www.visitluxembourg.lu. Nous lançons un appel d'offres auprès d'agences pour le lancement et la conception du visuel des campagnes, ensuite nous établissons un plan media basé sur l'analyse du taux de pénétration du message et du coût par mille, pour ne citer que deux facteurs pris en compte, et nous mesurons le feedback que rapporte l'action. Sur le net, nous proposons des offres spécifiques pour ce type de clientèle. Les citybreaks, les séjours wellness ou cyclistes qui y sont présentés pendant toute l'année, rencontrent un suc-

cès important. Tout hôtelier ayant des offres à promouvoir en faveur de cette cible peut se mettre en rapport avec le service marketing pour être intégré dans les campagnes.

L'offre sur le terrain correspond-elle aux besoins du client? Que demanderiez-vous aux hôteliers?

Alain Krier: Seule l'enquête auprès des clients permettra de répondre avec précision à cette question. Nous devons parvenir à faire rêver. Le service offert, en plus d'infrastructures de qualité, les empreintes laissées dans la mémoire des voyageurs grâce aux histoires et anecdotes entendues, fournissent une plus-value certaine à nos produits touristiques. Même si de nouveaux types d'hôtels viennent d'émerger, il manque encore des produits de niches, des Design Hotels, un passeport golf pour bénéficier de cette offre partout au Grand-Duché, voire en Grande Région ...

Quels sont les projets à venir de l'ONT?

Alain Krier: Pour nous, il importe de développer de façon substantielle la recherche marketing et de disposer de statistiques officielles récentes et fiables. Les enquêtes auprès des clients devront devenir des exercices réguliers. Ce qui importe pour l'avenir c'est de toucher aussi les clients «perdus», ainsi que ceux qui ne connaissent pas encore notre destination. Ce sera un projet de longue haleine, impliquant de nombreux acteurs, et qui servira à faire de la destination un produit de marque. Nous devons savoir comment nous sommes perçus de l'extérieur, quelle est notre image touristique, tant sur les marchés de proximité que sur les marchés lointains. Comprendre pourquoi certains clients nous «délaisent» nous permet d'améliorer tant l'offre que sa promotion. ■

Alain Krier est votre interlocuteur pour toute question concernant le marketing et les campagnes publicitaires:

Alain Krier, attaché – Office National du Tourisme – 68-70, Bd de la Pétrusse – Luxembourg

Tél.: (+352) 42 82 82-36 – Fax: (+352) 42 82 82-38 – E-mail: Alain.krier@ont.lu

www.visitluxembourg.lu – www.agenda.lu



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 Mann

Chargée de Communication au sein d'1,2,3 GO – Business Initiative A.s.b.l.

Sylvia est chargée de Communication au sein de Business Initiative A.s.b.l. Créé en 2000 par la Chambre de Commerce, la Fedil et Luxinnovation, l'association a comme mission de stimuler la création d'entreprises innovantes et la diversification de l'économie en Grande Région. Chaque année, le parcours de plan d'affaires interrégional 1,2,3 GO, composé de près de 400 experts et entrepreneurs, récompense les meilleurs projets en offrant un soutien financier et une visibilité médiatique. Depuis sa genèse, le parcours 1,2,3 GO a mené à la création de 240 entreprises avec un chiffre d'affaires annuel d'environ 60 millions d'euros et généré près de 1.000 emplois. La mission de Sylvia s'articule autour de quatre axes: la communication, tout d'abord, avec la rédaction de communiqués de presse, newsletters, réalisation d'interviews

avec les créateurs d'entreprises innovantes ou avec les experts du réseau. Sylvia est également responsable du volet marketing et gère à ce titre le budget publicitaire, négocie les partenariats avec les médias et définit le media planning. Enfin, elle organise tout type d'événements et conçoit les supports de communication. Sylvia apprécie la diversité de ses tâches, riches en nouveautés, la bonne entente au sein de l'équipe la possibilité de rencontrer des personnalités venues de tous horizons pour découvrir leurs projets innovants. Côté loisirs, Sylvia aime les sorties et les voyages. Fervente adepte de Salsa, elle aime aussi le sport, le cinéma, la musique et les dîners entre amis.



■ Susana Garcia

Secrétaire auprès du département Finances, Affiliation et Informatique

Susana travaille au sein du département Finances, Affiliation et Informatique en tant que secrétaire. Elle s'occupe essentiellement du volet des cotisations, encode les opérations comptables et effectue les travaux administratifs. En outre, elle s'occupe en collaboration avec ses collègues, de la centrale d'achat, ainsi que des commandes internes. Au quotidien, Susanna informe les ressortissants de la Chambre de Commerce au sujet des cotisations et gère les paiements (factures, cotisations, etc.). Elle contrôle les extraits bancaires, met à jour les dossiers et gère le courrier. Susanna a toujours souhaité travailler dans un service de comptabilité. Elle apprécie le travail d'équipe et les contacts avec les

clients. Elle éprouve une grande satisfaction lorsqu'elle peut apporter son aide en répondant aux questions qui lui sont soumises. Sportive, Susana est licenciée dans un club de football, un sport qu'elle pratique depuis son plus jeune âge. Mais, cependant, elle avoue que le temps, le temps qu'elle consacre à son enfant lui procure la plus grande satisfaction.

DES SOLUTIONS

POUR UN FUTUR RAYONNANT



Assurer la qualité de vie des générations actuelles et futures, telle est la finalité du développement durable. Une bonne gestion des déchets constitue un enjeu considérable pour notre avenir, tant pour les collectivités que pour les entreprises. Nous vous assurons un service fiable à long terme car nous mettons en œuvre des solutions globales performantes, durables et innovantes.

VOTRE ENVIRONNEMENT, NOTRE RESPONSABILITÉ.



LAMESCH S.A.
12, Z.I. Wolser 2 - B.P.75 L-3201 BETTEMBOURG
Tél. : +352 52 27 27 -1 Fax : +352 51 88 01
www.lamesch.lu



Concentrez-vous sur votre business,
on s'occupe de tout!



LUXGSM