

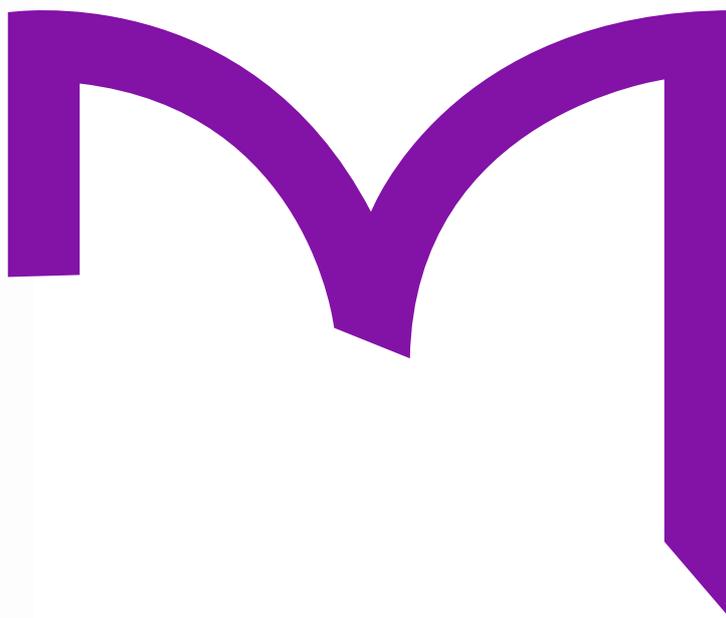
SEPTEMBRE 2012

MERKUR

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

www.cc.lu

Mediation: L'autre manière de résoudre des conflits



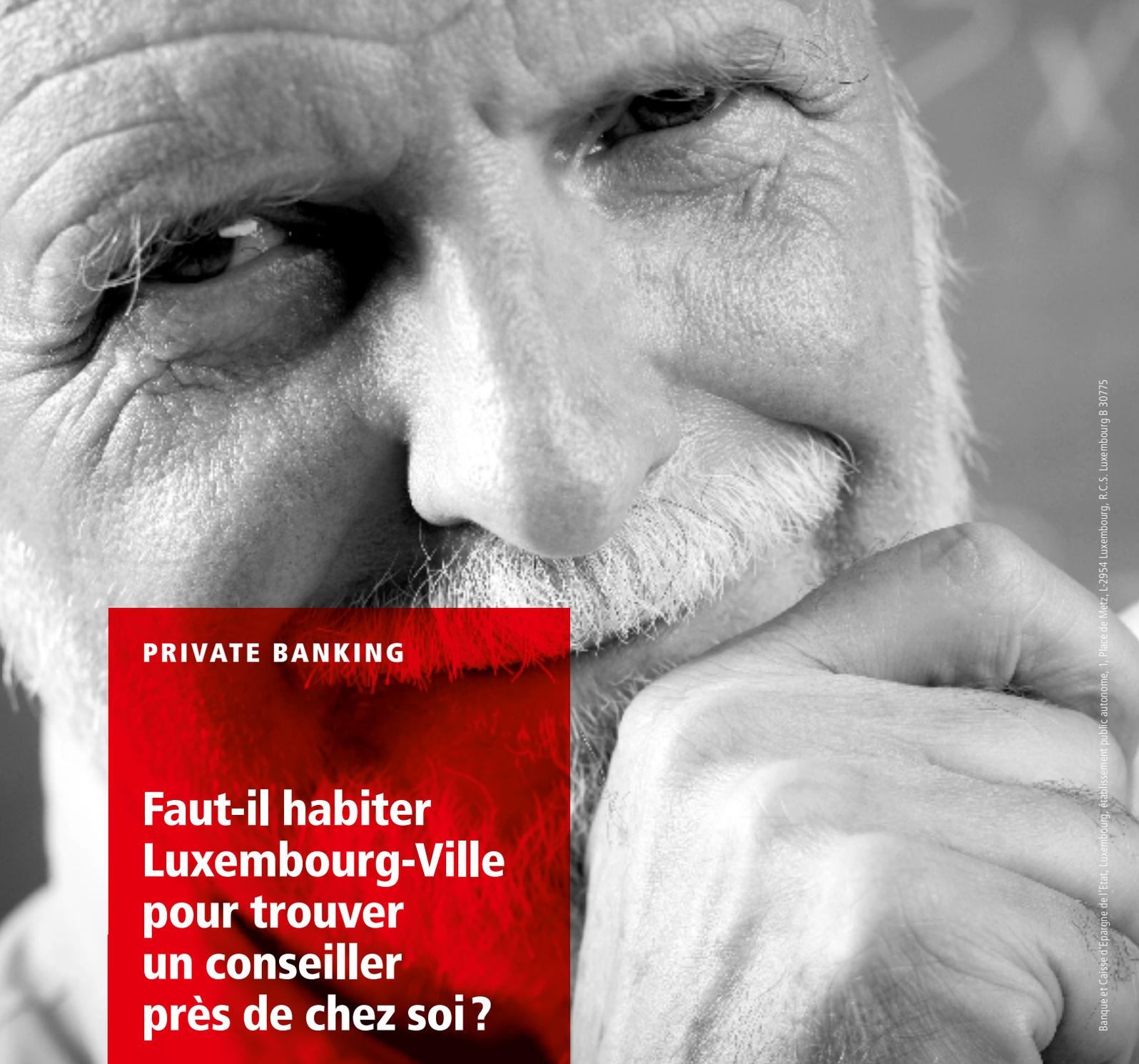
■ FLASH

Gründung des Business Club
Luxemburg e.V.



■ LEGISLATION & AVIS

Jurisprudence du droit du travail –
Retards répétés dans le paiement du salaire:
quels risques pour l'employeur?



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.

Compétitivité: Le Luxembourg piétine, alors que la crise s'aggrave

Dans l'édition 2012-2013 du «Global Competitiveness Report», dont le volet luxembourgeois est réalisé en collaboration avec la Chambre de Commerce, le «World Economic Forum» (WEF) classe le Luxembourg au 22^e rang mondial des économies les plus compétitives parmi 144 pays, soit une progression d'un rang par rapport à la période précédente. Le Luxembourg ne parvient cependant pas à rétablir son positionnement de 2010-2011, à l'entrée du top 20 (20^e rang en 2010-2011). Si notre pays voit s'éroder certains de ses atouts traditionnels, notamment ses avantages institutionnels (confiance dans les politiques, efficacité du cadre légal, relations employeurs-travailleurs), son cadre fiscal et le degré de développement de son marché financier, il progresse indéniablement en matière d'infrastructures logistiques et technologiques, ce qu'il convient de saluer. Tout comme la belle 18^e place dans le pilier relatif aux résultats de l'innovation, en constante amélioration par rapport aux éditions précédentes du rapport.

La Suisse domine le classement général depuis 2009-2010, suivie de près par Singapour, et la Finlande qui vient en troisième position. On peut se réjouir que les pays européens sont particulièrement présents dans le top 10 du classement avec, en plus de la Suisse et de la Finlande dans le top 3, la Suède au 4^e rang, ainsi que les Pays-Bas, l'Allemagne et le Royaume-Uni aux 5^e, 6^e et 8^e rangs respectivement. Cette année encore, le Grand-Duché se retrouve placé en-deçà de ses principaux partenaires commerciaux du classement WEF.

Bien que le premier des trois piliers du classement, celui des fondamentaux de la compétitivité (infrastructures, environnement macro-économique), est traditionnellement l'indice le plus fort du Grand-Duché, le pays cède cette année deux places dans ce domaine en se classant au 8^e rang. Les indicateurs responsables de ce recul sont ceux des institutions de la santé (-1 rang) et de l'éducation fondamentale (-3 rangs, l'indicateur de qualité de l'enseignement fondamental tirant le pilier vers le bas). A noter aussi une nette dégradation de certains points forts institutionnels traditionnels. Ainsi, l'indicateur de confiance dans les politiques chute de 3 places, en passant de la 6^e à la 9^e position (5^e place en 2009-2010). Il en va de même pour l'indicateur d'efficacité du cadre légal, qui recule aussi de 3 places du 5^e au 8^e rang (2^e en 2009-2010). A noter également, le recul de 2 rangs au niveau des dépenses publiques, où le Grand-Duché passe de la 16^e à la 18^e place (8^e place en 2009-2010). La chute de l'indicateur de perception de la qualité de l'enseignement fondamental (-5 rangs, soit une chute de la 30^e à la 35^e place par rapport à 2010-2011 et de -8 rangs par rapport à 2009-2010) interpelle au vu de l'importance du système d'éducation fondamentale pour la cohésion socio-économique du pays.

L'amélioration (+3 rangs) du pilier de l'environnement macro-économique, contenant des indicateurs de finances publiques et d'épargne/d'inflation, entre autres, est à accueillir avec prudence. En effet, même si le pays n'améliore pas sa situation en termes absolus, d'autres économies, européennes notamment, sont encore plus mal loties, expliquant ainsi le progrès tout relatif. En revanche, la Chambre de Commerce salue l'amélioration indéniable du pilier des infrastructures (+9 rangs par rapport à la période précédente, soit un saut de la 21^e à la 12^e place), avec, entre autres, les indicateurs d'approvisionnement en électricité et de qualité des infrastructures logistiques (portuaires, aériennes et routières) dans le vert, signe que les efforts nationaux dans ce domaine commencent à porter leurs fruits.

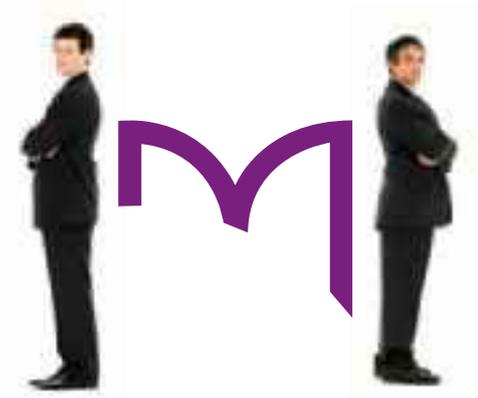
Le second indice, celui des facteurs améliorant l'efficacité des processus de production («efficiency enhancers»), accuse un recul de -1 rang, passant de la 23^e à la 24^e place, bien que les résultats soient contrastés d'un pilier à l'autre. Faisant écho au pilier des infrastructures, celui de la préparation technologique («technological readiness») progresse fortement (+7 rangs), pour se hisser de la 9^e à la 2^e place mondiale signe, de nouveau, que les efforts nationaux en matière d'infrastructures NTIC portent sagement leurs fruits. La Chambre de Commerce salue cette amélioration, notamment la très bonne progression de l'indicateur de disponibilité des technologies de pointe (de la 19^e à la 10^e place) d'investissements étrangers directs et de transferts technologiques (de la 13^e à la 7^e place).

Cependant, tout n'est pas positif et des reculs sont constatés au niveau du pilier de développement des marchés financiers (de la 8^e à la 12^e place), un pilier pourtant traditionnellement fort du pays, et du pilier d'efficacité des marchés de biens (de la 2^e à la 4^e place). Dans ce pilier, l'indicateur d'impact des taxes sur les motivations à travailler et/ou à investir perd 4 rangs (de la 8^e à la 12^e place), soit un indicateur traditionnel de compétitivité de plus qui périclité. L'indicateur du taux de taxation des entreprises perd également un rang, et passe de la 13^e à la 14^e place (contre une 10^e place en 2009-2010). Force est donc de constater que la marge de manœuvre au niveau des recettes de l'Etat pour faire face au déficit structurel du pays (tout en maintenant sa compétitivité) se rétrécit. Last but not least, la simplification administrative confirme son (triste) titre de «Talon d'Achille» du Luxembourg, enregistrant de fortes chutes de classement, soit un recul de -13 rangs pour l'indicateur du nombre de procédures de lancement d'une entreprise (de la 34^e à la 47^e place, contre une 26^e place en 2009-2010) et un recul de -6 rangs de l'indicateur du nombre de jours pour démarrer une entreprise (de la 74^e à la 80^e place, contre une 70^e place en 2009-2010). La Chambre de Commerce renvoie dans ce contexte à sa proposition d'introduction d'une s.à r.l. simplifiée.

L'amélioration constatée dans le pilier d'efficacité du marché du travail (de la 41^e à la 37^e place, soit +4 rangs) est, quant à elle, à accueillir avec prudence: non seulement, les indicateurs de ce pilier présentant des améliorations demeurent parmi les plus faibles des 144 pays étudiés (indicateurs de flexibilité de la détermination des salaires, au 111^e rang mondial ou de flexibilité à l'embauche et au licenciement au 122^e rang mondial, par exemple), mais l'indicateur de coopération dans les relations employeurs-travailleurs, cher au pays et traditionnellement fort, se dégrade significativement, chutant de la 10^e à la 23^e place (-13 rangs). Les échecs récents de la Tripartite ne sont pas étrangers à cette dégradation.

Enfin, le Luxembourg progresse de la 20^e à la 19^e place dans le troisième indice des facteurs d'innovation et de sophistication, soit une consolidation pour ce groupe d'indicateurs particulièrement pertinent pour les économies les plus avancées (+3 rangs par rapport à la période 2009-2010).

Il reste important de tirer les bons enseignements de telles analyses internationales et d'agir avec des remèdes efficaces et rapides pour résoudre nos problèmes en matière de compétitivité. De toute évidence, les faiblesses structurelles dont souffre notre pays ne sont plus camouflées par une quelconque surperformance économique, conjoncturelle ou autre: celle-ci a disparu avec la crise. A quand les réactions et réformes pour y faire face? ■



DOSSIER

- 4 Nouvelle loi – La médiation civile et commerciale: l'autre manière de résoudre les conflits**

FLASH

- 14 Gründung des Business Club Luxemburg e.V.**

DOSSIER

- 4** La médiation civile et commerciale: l'autre manière de résoudre des conflits

FLASH

- 14** Gründung des Business Club Luxemburg e.V.
- 15** Accueil d'une délégation de la Région de l'Oural du Sud
- 16** International Logistics Day 2012

INTERNATIONAL

- 18** Séminaire à Agadir: l'innovation au service des relations économiques internationales
- 18** Participez à la 17^e édition du Salon à l'Envers à Thionville
- 18** Calendrier octobre – janvier 2013
- 20** Save the date – Taiwan-Luxembourg joint business council
- 20** Official mission to China
- 22** Quelles sont les obligations des utilisateurs de produits chimiques?
- 22** Visite accompagnée au salon Pollutec Maroc
- 24** Semaine Européenne des PME 2012
- 24** Visite accompagnée à la bourse de coopération «Match4Industry» à Kocaeli en Turquie

- 25** Pollutec: visite accompagnée à la convention d'affaires internationale *b2fair*
- 25** 9^e édition du *b2fair* Hannover Messe 2013
- 26** BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires
- 28** Textes européens publiés du 10 juin au 17 août 2012

FORMATION

- 30** Cessez de subir les normes, apprenez à en tirer profit!
- 34** Fit4Commerce: les 37 premiers lauréats ont reçu leurs certificats
- 34** Nachhaltigkeit und soziale Engagement als Qualitätsmerkmale
- 36** L'effort de formation des entreprises: de fortes disparités selon le secteur d'activité
- 38** Programme de formation septembre – novembre 2012

INNOVATION

- 40** Patrick Hein: l'entrepreneuriat, un déficit inédit
- 42** Actu du Réseau européen des Femmes Ambassadrices du Luxembourg (FEALU)
- 42** Le réseau FEALU

- 43** Fédération des Femmes Cheffes d'Entreprise du Luxembourg (F.F.C.E.L.)
- 43** Journées Création et Développement 2012
- 43** Lancement de la 1^{re} plate-forme interrégionale d'investissements privés en Grande Région
- 46** Innovation de rupture: apprendre à créer un marché dont vous êtes la référence
- 47** Eliminer les emballages de substances nocives utilisés dans le cadre de la construction et de la rénovation dans le respect de l'environnement

ECONOMIE

- 50** Effondrement de la productivité du travail au Luxembourg
- 52** Le PIB de la zone euro et celui de l'UE27 en baisse de 0,2 % au 2^e trimestre 2012
- 52** Minimum wages on the European Union
- 56** Enquête Eurochambres 2013 (EES2013): la 20^e édition débute au mois d'octobre
- 57** Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise



ECONOMIE

50 Effondrement de la productivité du travail au Luxembourg



FEDERATIONS/U.E.L.

66 Campagne «Trajet, sécurisons-le»: les distractions

LEGISLATION & AVIS

- 62 Projets soumis pour avis à la Chambre de Commerce
- 63 Retards répétés dans le paiement du salaire: quels risques pour l'employeur?
- 64 Embauche ou placement de travailleurs aux Pays-Bas

FEDERATIONS/U.E.L.

- 66 Les distractions
- 67 La Fedil s'engage en faveur de la diversité en entreprise
- 68 «ServiceAcademy» pour le développement et la promotion d'une vraie culture de service

- 68 Interdiction de fumer: l'HOESCA est déçue
- 69 Le commerce luxembourgeois, un vecteur de croissance pour l'économie

GRAND ENTRETIEN

- 72 I hope we can keep growing. There are more possibilities ...

INFO ENTREPRISES

- 74 Systemat choisit ALD Automotive pour le renouvellement complet de sa flotte
- 74 Enovos en Belgique ouvre la plus grande installation de biogaz à Limburg

- 74 En bref
- 75 Changement de gérance chez apart
- 76 Le mensuel économique et financier paperJam remet un chèque de 50.000 EUR à l'A.s.b.l. MyClimateLux
- 77 Médaille d'or pour le bâtiment de P&TLuxembourg à Kayl

Tourisme

- 78 L'ONT au diapason: marketing touristique pour la Grande Région

LES 100 VISAGES DE LA CDC 80

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.



Nouvelle loi

La médiation civile et commerciale: l'autre manière de résoudre des conflits

«Maigre accommodement vaut mieux que gras procès» dit un proverbe français. Avec la nouvelle loi du 24 février 2012, le législateur luxembourgeois a considérablement modifié et élargi le code de procédure civile pour encadrer la médiation civile et commerciale au Grand-Duché. Ce mode alternatif de résolution des conflits permet aux parties concernées de trouver une solution concertée et amiable, et propose de nombreux avantages par rapport aux procédures judiciaires traditionnelles. Membre fondateur du Centre de Médiation Civile et Commerciale (CMCC), qui a ouvert ses portes en juin dernier, la Chambre de Commerce soutient activement la médiation comme voie alternative de résolution de conflits et consacre le dossier du mois à une procédure qui peut se révéler très avantageuse pour des entreprises en situation conflictuelle.

En encadrant la médiation civile et commerciale au Luxembourg, le législateur n'avait en aucun cas l'intention de médire, encore moins, d'abandonner les formes classiques de résolution des conflits, à savoir, le contentieux et l'arbitrage. L'idée était plutôt de proposer une alternative à la résolution des conflits par les tribunaux, une alternative qui puisse dans certains cas permettre de mieux servir les intérêts des parties en litige.

La première partie de ce dossier sera consacrée à la définition de l'objet et de l'intérêt de la médiation en général, donc pas seulement de la médiation civile et commerciale. La deuxième partie mettra en lumière les antécédents du droit de la médiation civile et commerciale et le contexte de l'initiative du législateur luxembourgeois. Le cœur du nouveau droit de la médiation civile et commerciale, les articles 1251-1 à 1251-24 du Nouveau Code de Procédure

Civile, fera l'objet de la troisième partie qui sera suivie de quelques explications sur la modification de la loi modifiée du 10 août 1991 sur la profession d'avocat (point 4) et sur les dispositions transitoires (point 5).

1) Qu'est-ce que la médiation?

Définition

La médiation est un processus volontaire et confidentiel de gestion des conflits par lequel les parties ont recours

à un tiers indépendant et impartial, le médiateur. Le rôle du médiateur est d'aider les parties à élaborer par elles-mêmes, en toute connaissance de cause, une entente juste et raisonnable qui respecte les besoins de chacun des intervenants.

Méthode

Le médiateur n'est ni un juge, ni un arbitre. Il pose des questions, reformule, trie les faits et les émotions tout en gardant une transparence absolue sur ses procédés. Il s'agit donc d'une forme spéciale de négociation accompagnée qui a pour but de régler un conflit entre deux parties qui se sont déclarées prêtes à accepter les règles de la médiation. L'idée est de créer et de maintenir une logique volontariste pour aboutir à une solution négociée dans la gestion du conflit. Il ne s'agit pas d'une méthode anti-confliktuelle destinée à éviter les conflits. Bien que souvent les parties en conflit choisissent la voie de la médiation par intérêt économique, notamment aux Etats-Unis, celle-ci offre bien d'autres avantages que celui d'éviter des procédures judiciaires longues et coûteuses.

Les avantages potentiels de la médiation

a) Une durée de 3 mois maximum

La durée d'une procédure de médiation n'excède pas, dans la plupart des cas, une durée de trois mois. Les règlements de médiation prévoient que ce délai peut être prolongé par accord de toutes les parties. Comparé à la durée moyenne d'un contentieux devant les tribunaux, qui peut s'étendre sur plusieurs années, ce délai est en effet très court.

b) Des coûts réduits

Les procédures de médiation coûtent moins chères que les procédures judiciaires classiques et les procédures d'arbitrage. Les honoraires du médiateur sont facturés d'après un taux horaire fixé d'un commun accord entre le médiateur et les parties. Par ailleurs, le CMCC peut facturer des frais de dossier.

c) Une procédure confidentielle

Dans le cadre d'une procédure de médiation, la confidentialité absolue du dossier comportant souvent des informations délicates est garantie et n'est pas sacrifiée au profit du principe de la publicité des débats d'une procédure judiciaire.

d) Une solution durable qui permet de maintenir les relations commerciales

Les relations commerciales sont basées sur le respect et la confiance mutuels; un litige porté devant les tribunaux et finalement jugé y porte gravement atteinte et détruit souvent une relation commerciale qui a été le fruit de nombreux efforts consentis sur une durée très longue. La médiation n'a pas pour objet de trancher le litige et de générer un vainqueur et un vaincu – ce qui est, pour éviter tout malentendu, sans aucun doute indispensable en cas de mauvaise foi d'une des parties ou si un problème purement juridique doit être tranché. Les solutions dites «win-win» de la procédure de médiation permettent de conserver des relations commerciales souvent précieuses au lieu de les mettre en danger, voire de les sacrifier dans le cadre d'une procédure contentieuse devant un tribunal ou une institution arbitrale.

e) Choix individuel du médiateur

À l'instar de la procédure d'arbitrage, la médiation permet aux parties de choisir, selon leurs besoins individuels, une

personne qui dispose des compétences techniques et/ou juridiques adaptées à leur litige. Mais contrairement à l'arbitrage, la médiation ne demande pas de ressources financières importantes et n'a pas pour vocation de donner raison à une des parties au détriment de l'autre.

f) Un taux de réussite de 70 %

Les centres de médiation font état d'un taux d'acceptation de 70 % des solutions négociées et proposées par la médiation. Près de trois quarts des procédures de médiation se terminent donc par un accord amiable. Le taux de satisfaction des parties engagées dans la procédure de médiation atteint même 95 %.

La médiation civile et commerciale en particulier

La médiation civile et commerciale a un intérêt tout particulier notamment pour la place financière, où les relations commerciales sont particulièrement importantes. Le gain de temps et les coûts plus modérés seront les arguments les plus importants pour opter pour une médiation.



La médiation peut éviter aux parties en conflit des procédures judiciaires longues et coûteuses devant les tribunaux

2) Les antécédents du droit de la médiation civile et commerciale

Le livre vert

de la Commission européenne

Dans le but de simplifier et d'améliorer l'accès à la justice, la Commission européenne a adopté le 19 avril 2002 un livre vert sur les modes alternatifs de résolution des conflits relevant du droit civil et commercial. Ce document, qui avait pour but de faire le bilan de la situation de la «*Alternative Dispute Resolution (ADR)*» en Europe, a constaté que ceux-ci font l'objet d'un gain d'intérêt général dans l'Union européenne. Comme conséquence et suite logique dudit livre vert, la directive 2008/52/CE du parlement et du conseil européens du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale (la «*Directive*») a été adoptée.

La Directive

Tandis que la Directive, dont l'objet était aussi de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur, a limité le champ d'application de la médiation aux litiges transfrontaliers, le législateur luxembourgeois a décidé de l'étendre aux différends nationaux.

La Directive avait 4 objectifs principaux. Le premier était d'assurer un haut niveau de qualité de la médiation européenne en imposant aux pays membres d'encourager l'élaboration de codes volontaires de bonne conduite et de mécanismes de contrôle de qualité relatifs à la fourniture de services de médiation. Le deuxième objectif était de garantir le respect de la confidentialité dans toute procédure de médiation. Le troisième objectif était d'imposer la rédaction d'un accord écrit en fin de procédure de médiation, afin de garantir une application sans équivoque de la solution trouvée. Le dernier principe retenu est celui de la prévention de la prescription, afin que les parties qui choisissent une procédure de médiation ne soient pas empêchées, par la suite, d'entamer une procédure judiciaire.

Les initiatives législatives au Grand-Duché

Une première proposition de loi en matière de médiation avait déjà été déposée le 11 juin 2002 par l'ancienne députée et actuelle Médiateure du Grand-Duché, Lydie Err. Cette proposition n'ayant finalement pas abouti,



Le médiateur tentera de trouver une solution au conflit en négociant directement avec les parties engagées

une nouvelle initiative législative a été prise en 2009 afin de transposer la Directive, initiative intégrée et rajoutée tout d'abord dans le projet de loi portant réforme du divorce. A l'approche de la fin du délai de transposition de la Directive, le législateur a décidé de découpler la médiation et le divorce et a déposé, le 7 avril 2011, un projet de loi portant uniquement sur l'introduction de la médiation civile et commerciale. Ce nouveau projet est entré en vigueur après sa publication au Mémorial du 5 mars 2012.

3) Les Articles 1251-1 à 1251-24 du Nouveau Code de Procédure Civile

En transposant la Directive, le législateur a introduit dans le Code de procédure civile un titre II intitulé «*De la médiation*» comprenant 24 nouveaux articles portant les numéros 1251-1 à 1251-24.

Principes généraux

La loi définit, dans les principes généraux et son article 1251-2, la médiation comme «*processus structuré dans lequel deux ou plusieurs parties à un litige tentent volontairement par elles-mêmes, de parvenir à un accord sur la résolution de leur litige avec l'aide d'un médiateur indépendant, impartial et compétent*». Elle précise que «*la médiation peut être engagée par les parties, proposée par le juge ou, sur demande des parties, ordonnée par un juge. Elle exclut les tentatives de conciliation faites par le juge saisi d'un litige pour résoudre celui-ci au cours de la procédure judiciaire relative audit litige*».

Le même article prévoit la définition du médiateur qui est «*tout tiers sollicité pour mener une médiation avec efficacité, impartialité et compétence. Le médiateur a pour mission d'entendre les parties ensemble, le cas échéant séparément afin que les parties arrivent à une solution du différend qui les oppose*» Il



n'a pas de pouvoirs d'instruction mais peut, avec l'accord des parties, entendre les tiers qui y consentent.

Le domaine d'application des dispositions sur la médiation est fixé dans l'article 1251-1: En général, tout différend en matière civile et commerciale peut faire l'objet d'une médiation. La loi fait exception seulement des droits et obligations dont les parties ne peuvent disposer, des dispositions qui sont d'ordre public et des affaires relatives à la responsabilité de l'Etat.

Les textes distinguent la médiation conventionnelle d'un côté et la médiation judiciaire de l'autre, la médiation familiale faisant partie de la médiation judiciaire.

La loi prévoit, dans l'article 1251-3, une agrégation des médiateurs judiciaires par le ministre de la Justice. Aussi un médiateur, pour être agréé, doit présenter des garanties d'honorabilité, de compétence, de formation,

d'indépendance et d'impartialité, produire un extrait du casier judiciaire, avoir la jouissance des droits civils et l'exercice des droits politiques et, avant tout, disposer d'une formation spécifique en médiation. Cette formation spécifique peut être justifiée soit par un diplôme (master en médiation), soit par une expérience professionnelle de trois ans, complétée d'une formation spécifique en médiation dont le programme relève également d'un règlement grand-ducal, soit par une formation en médiation reconnue dans un Etat membre de l'Union européenne pour être désigné comme médiateur en matière civile et commerciale dans cet Etat membre.

La loi, dans son article 1251-5, prévoit que le juge ou l'arbitre saisi d'un différend faisant l'objet d'une clause de médiation suspende l'examen de la cause à la demande d'une des parties, ce qui est primordial pour l'efficacité d'une clause de médiation qui resterait lettre morte si les parties à une telle clause ne pouvaient s'appuyer sur le soutien des tribunaux légalement prescrit par ledit article.

La loi consacre aussi un article entier (1251-6) à la confidentialité, qui constitue un des piliers du processus de médiation, et transpose ainsi une exigence principale de la Directive. L'article 1251-7 précise que le médiateur ne peut être appelé comme témoin dans une procédure judiciaire relative aux faits dont il a eu connaissance au cours de la médiation.

La médiation conventionnelle

La médiation conventionnelle, objet des articles 1251-8 et suivants, se définit par son indépendance de toute procédure judiciaire ou arbitrale. Les parties sont libres dans le choix de la personne du médiateur et dans celui du moment de l'ouverture d'un processus de médiation, tant que la cause n'a pas été prise en délibéré.

Les modalités d'organisation de la médiation sont définies par les parties dans un document que la loi appelle «accord en vue de la médiation». Cet accord en vue de la médiation signé par les parties et le médiateur contient obligatoirement un certain nombre de mentions énumérées par la loi qui sont, au-delà de l'accord des parties de recourir à la médiation et les coordonnées du médiateur et des parties, notamment

un exposé succinct du différend, les modalités d'organisation, la durée du processus et le rappel du principe de la confidentialité. A part ces mentions obligatoires, les parties sont libres de créer leur «propre code de procédure civile». En pratique, les parties auront recours aux règlements de médiation mis à disposition par les institutions de médiation comme le Centre de Médiation Civile et Commerciale.

La loi prévoit dans l'aliéna 3 de l'article 1251-9 que la signature de l'accord en vue de la médiation suspend le cours de la prescription durant la médiation, ce qui est particulièrement important en dehors de tout cadre judiciaire et en même temps une des exigences majeures de la Directive pour une mise en œuvre efficace d'un processus de médiation. Les parties qui passent par voie de médiation ne se voient donc pas défavorisées par rapport à celles qui optent directement pour une procédure judiciaire.

La loi est aussi précise pour fixer le moment où la suspension de la prescription prend fin: sauf accord exprès des parties, le délai est d'un mois après la notification par lettre recommandée, faite par l'une des parties ou par le médiateur à l'autre ou aux autres parties, de la volonté de mettre fin à la médiation. Ce laps de temps d'un mois permettra aux parties de se préparer pour une éventuelle procédure judiciaire.

La procédure de médiation représente donc une chance pour résoudre un conflit de manière efficace et ne prive pas les parties de la possibilité de passer par la voie judiciaire classique si jamais la médiation devait échouer. En cas de succès de la médiation, un «accord de médiation» sera établi, daté et signé par toutes les parties en autant d'exemplaires que de parties et contiendra les engagements précis pris par les parties. En précisant que cet accord de médiation ne sera pas signé par le médiateur – sauf demande expresse de toutes les parties –, le texte souligne un élément caractéristique principal de la médiation: Il s'agit de la solution des parties elles-mêmes, pas de la solution (imposée) du médiateur.

La dernière disposition traitant de la médiation conventionnelle, l'article 1251-11, renvoie au chapitre IV pour l'homologation d'un accord de médiation afin de lui donner force exécutoire.

La médiation judiciaire

La médiation judiciaire est plus encadrée que la médiation conventionnelle, son domaine d'application est plus restreint et sa réglementation est plus détaillée. Comme le révèle son nom, la médiation judiciaire intervient dans le cas où un litige est déjà porté devant un tribunal. Au lieu de poursuivre la voie judiciaire jusqu'au bout, c'est-à-dire jusqu'au prononcé du jugement, la loi incite le juge et les parties à changer de mode de résolution de conflit. L'article 1251-12 précise que *«le juge déjà saisi d'un litige peut, à tout stade de la procédure à la demande conjointe des parties ou de sa propre initiative mais avec l'accord des parties, inviter celles-ci à une médiation, tant que la cause n'a pas été prise en délibéré.»*

Il résulte clairement du texte que la médiation judiciaire est aussi volontaire que la médiation conventionnelle étant donné que l'accord des parties est toujours requis. Les parties peuvent aussi conjointement prendre l'initiative pour une médiation en sollicitant celle-ci *«soit dans l'acte introductif d'instance, soit à l'audience, soit par simple demande écrite déposée ou adressée au greffe»*. Dans ce cas, les délais de procédure qui leur sont impartis sont suspendus à partir du jour où elles formulent cette demande.

Contrairement à la médiation conventionnelle, le choix du médiateur est plus limité dans le cadre d'une médiation judiciaire: les parties s'accordent sur le nom du médiateur ou demandent au juge qu'il leur désigne un médiateur qui doit, par principe, être agréé par le ministre de la Justice.

La loi exclut du domaine d'application de la médiation judiciaire les litiges en matière de cassation et de référé. Ce soin pris par le législateur pour exclure expressément la médiation judiciaire dans ces deux cas n'empêchera pas les parties de passer par voie de médiation conventionnelle réalisable, selon l'article 1251-8, *«indépendamment de toute procédure judiciaire (...)»* et donc pas exclue en cas d'une instance ouverte devant la Cour de Cassation ou le juge des référés si les parties le souhaitent.

C'est le tribunal qui ordonne, par voie de décision, le processus de médiation. Cette décision contient notamment l'accord des parties, les coordonnées du médiateur, la durée de la

mission du médiateur qui ne peut excéder trois mois et la date à laquelle l'affaire est rappelée à l'audience. Toujours dans le souci d'une recherche de solution accélérée, les opérations de médiation peuvent être prolongées pour une durée supplémentaire d'un mois seulement sur demande conjointe des parties. Néanmoins, à l'audience de rappel de l'affaire lors de laquelle les parties informent au plus tard le juge de l'issue de la médiation, celles-ci peuvent, si elles ne demandent pas que la procédure soit poursuivie, solliciter un nouveau délai au cas où elles ne sont pas encore parvenues à un accord dans le cadre du processus de médiation.

La réglementation plus détaillée de la médiation judiciaire ressort également de l'article 1251-13, qui a pour objet les relations entre le tribunal et le médiateur: Celui-ci reçoit une copie certifiée conforme du jugement ordonnant une médiation et fera connaître au juge et aux parties endéans une semaine l'acceptation ou le refus de son mandat. Dans la première hypothèse, c'est au médiateur d'informer ensuite les parties et le juge du lieu, jour et heure des opérations de médiation. La loi mentionne expressément qu'il est possible pour les parties de se faire assister par leurs avocats.

Même si un pareil cas ne se produira que rarement vu le choix initial laissé aux parties concernant la personne du médiateur, celui-ci pourra être récusé. La loi renvoie à cet effet aux dispositions sur la récusation du juge des articles 521 à 539 du Nouveau Code de Procédure Civile. Au cas où le médiateur est indisponible, il sera pourvu à son remplacement par le juge qui l'a commis.

Afin de faciliter au maximum le règlement amiable du litige, l'aliéna 2 de l'article 1251-13 constate que la médiation peut porter sur tout ou partie du litige, un éventuel reste litigieux pouvant faire l'objet d'une solution contentieuse devant le juge.

En effet, ce dernier, selon l'aliéna 3, reste explicitement saisi pendant toute la procédure de médiation et peut, à tout moment, prendre toute mesure qui lui paraît nécessaire et même, à la demande du médiateur ou de l'une des parties, mettre fin à la médiation avant l'expiration du délai fixé. C'est avant tout ce pouvoir conservé du juge qui justifie véritablement la notion de *«média-*

tion judiciaire» ou, plus précisément, de *«médiation dans un cadre judiciaire»*, le juge lui-même n'exerçant pas les fonctions de médiateur.

Cet encadrement légal de la médiation judiciaire a pour but de proposer au citoyen une nouvelle méthode de résolution d'un conflit tout en lui permettant de rester dans un environnement judiciaire connu et familier. Il s'agit donc de faire prendre au justiciable confiance en la nouvelle méthode de résolution de conflits.

C'est dans cette logique également que l'alinéa 5 assure le droit de ramener l'affaire devant le juge, par simple déclaration écrite déposée ou adressée au greffe par les parties ou l'une d'elles. La loi prévoit également la possibilité de remplacer le médiateur d'un commun accord des parties et à tout moment de la procédure par un autre médiateur agréé. Pour le déroulement même de la médiation, l'article 1251-14 renvoie aux dispositions des articles 1251-9 et 1251-10 sur l'accord en vue de la médiation et l'accord de médiation dans le cadre de la médiation conventionnelle décrite ci-dessus.

Si le juge reste saisi pendant toute la procédure de médiation, il va de soi qu'il doit aussi être informé par le médiateur si les parties sont parvenues ou non à trouver un accord, total ou partiel. En cas d'accord de médiation, total ou partiel, les mêmes principes seront applicables pour l'homologation d'un accord de médiation qu'en médiation conventionnelle. Dans le cas d'un désaccord, la procédure judiciaire est simplement poursuivie. La loi attache de l'importance à mentionner que les parties peuvent, d'un commun accord, faire prolonger la mission du médiateur d'un délai supplémentaire d'un mois pour ne pas fermer les portes pour un deuxième essai de règlement alternatif du conflit.

La médiation judiciaire spéciale en matière de droit de la famille et notamment en matière de divorce et de séparation de corps est un aspect particulier de la médiation judiciaire. Dans ce domaine, le législateur tient particulièrement à ce que le conflit soit réglé par voie de médiation. C'est la raison pour laquelle le texte est plus explicite concernant la prise d'initiative du juge: au lieu d'*inviter* seulement à une médiation comme en médiation judiciaire, *«le juge peut proposer aux parties une mesure*

de médiation». Le juge est même obligé d'ordonner une réunion d'information gratuite sur la médiation, les modalités de cette information étant fixées par règlement grand-ducal.

En médiation familiale, ce sont les parties qui doivent s'accorder sur le nom du médiateur agréé sans que le juge puisse le désigner à leur demande comme en médiation judiciaire générale. Une prolongation de la mission du médiateur en cas de désaccord n'est pas possible.

Par dérogation à la médiation judiciaire générale également, le juge saisi de l'affaire lui-même homologue l'accord intervenu lors de l'audience à laquelle l'affaire est réappelé, après avoir vérifié notamment si l'accord n'est pas contraire à l'ordre public.

L'homologation et l'exécution

Pour qu'un accord de médiation ait la même valeur qu'une solution trouvée dans le cadre d'une procédure classique, il est nécessaire de lui donner force exécutoire comme un jugement. L'article 1251-21 constate ainsi très clairement que «*L'homologation confère force exécutoire à l'accord issu de la médiation*».

La requête en homologation doit être déposée avec l'accord de médiation auprès du président du tribunal d'arrondissement dans le ressort duquel la personne contre laquelle l'exécution est demandée a son domicile.

La loi prévoit notamment, dans son article 1251-22, que cette requête ne doit pas forcément être déposée par les parties ensemble, mais qu'il suffit que l'une d'entre elles la dépose. Le législateur a inséré cette option dans le texte définitif pour éviter qu'un accord de médiation reste lettre morte dans le cas où une des parties déciderait de revenir sur son engagement pris dans l'accord de médiation et de bloquer l'exécution.

L'homologation est refusée en particulier si l'accord de médiation est contraire à l'ordre public ou si le litige n'est pas susceptible d'être réglé par voie de médiation.

■ Déroulement pratique de la procédure de médiation auprès du CMCC

La médiation est une procédure pratique et peu compliquée. Les grandes étapes d'une procédure de médiation se présentent comme suit:

1. Saisine du Centre de Médiation

Le CMCC est saisi d'une demande de médiation écrite qui doit indiquer obligatoirement les données suivantes:

- nom, prénom, qualité ou raison sociale et adresse des parties et de leurs conseils,
- objet sommaire du litige, positions respectives des parties ou de celle qui saisit le CMCC unilatéralement.

Le CMCC informe les parties de la saisine et leur fait parvenir le règlement de médiation. Les parties ont un délai de 15 jours pour répondre. En cas de non-réponse ou en cas de refus explicite de la proposition de médiation, le dossier est clôturé sans autre délai.

2. Procédure et durée

La médiation peut être initiée en dehors de tout procès ou en cours de procédure. Au début de la médiation, le médiateur et les parties signent une convention, appelée accord en vue de la médiation, par laquelle les parties s'engagent à régler leur différend par voie de médiation conformément au règlement de médiation (du CMCC) auquel les parties déclarent adhérer.

Dans l'exercice de sa mission, le médiateur aide les parties à rechercher une solution négociée à leur différend. La médiation ne peut excéder trois mois à compter de la signature de l'accord en vue de la médiation. Toutefois, sa

durée peut être prolongée d'un commun accord des parties. A tout moment, les parties, y compris le médiateur, sont libres de mettre fin à la médiation.

Lorsque les parties parviennent à un accord de médiation, celui-ci contient les engagements précis pris par chacune d'elles. Il est signé par toutes les parties.

■ Modification de la loi modifiée du 10 août 1991 sur la profession d'avocat

La loi du 5 mars 2012 modifie également la loi modifiée du 10 août 1991 sur la profession d'avocat et son article 37-1 paragraphe (2) sur l'assistance judiciaire qui est complété d'un sixième aliéna selon lequel «*En matière civile et commerciale, l'assistance judiciaire ne couvre pas les frais liés à une médiation conventionnelle*». Autrement dit, le législateur déclare applicable le régime de l'aide judiciaire à la médiation tant que celle-ci reste encadrée par les règles sur la médiation judiciaire.

■ Dispositions transitoires

Il reste à constater que l'Art. III. de la loi du 24 février 2012 déclare applicable le nouveau droit de la médiation civile et commerciale à toute procédure judiciaire introduite avant l'entrée en vigueur de cette loi à l'exception des accords de médiation conventionnelle non conclus au Luxembourg avant l'entrée en vigueur.



Anne-Sophie Theissen, Roland Jaeger (Chambre de Commerce), Me Jacques Wolter, Me Dr. Jan Kayser et Tom Wirion (Chambre des Métiers) lors de l'inauguration officielle du Centre de Médiation Civile et Commerciale le 20 juin 2012

■ Conclusion

Si elle ne constitue pas de révolution dans le droit judiciaire privé du Grand-Duché, la du 24 février 2012, avec ses 24 nouveaux articles insérés dans le nouveau

code de procédure civile, introduit néanmoins un outil très différent par rapport à la procédure judiciaire classique, un outil qui, le cas échéant, peut s'avérer plus avantageux pour le justiciable.

(Extrait d'un article publié par Dr. iur. Jan Kayser, docteur en droit, avocat à la cour et médiateur agréé par le CMCC) ■

La médiation au Luxembourg (extrait)

		ALMA – Association luxembourgeoise de la Médiation et des Médiateurs agréés (www.alma-mediation.lu)	
Institution	Ombudsman	CMCC (Centre de Médiation Civile et Commerciale)	Centre de Médiation Galerie Kons
Parties	Citoyen contre Etat	Entreprise/Citoyen contre Entreprise/Citoyen	Citoyen contre Etat/Citoyen
Domaine juridique principal	Droit public	Droit civil et commercial	Droit pénal et familial, droit de voisinage
Où?	Rue du Marché-aux-Herbes	Cité Judiciaire, Plateau St. Esprit, Bât. TL	Galerie Kons 26, Place de la Gare L-1616 Luxembourg
Personnes de contact	Lydie Err, Ombudsman ombudsman@ombudsman.lu	Dr. Jan Kayser, Secrétaire Général info@cmcc.lu	Paul Demaret, Coordinateur paul.demaret@mediation.lu
Adresse	36, rue du Marché-aux-Herbes L-1728 Luxembourg	1-7, rue St. Ulric L-2651 Luxembourg	24-26, place de la Gare L-1616 Luxembourg
Internet	www.ombudsman.lu	www.cmcc.lu	www.mediation.lu

Pourquoi opter pour une médiation en tant qu'entrepreneur?

	Médiation	Procédure judiciaire
Vitesse	3 mois en général	jusqu'à plusieurs années
Confidentialité	confidentialité garantie	audiences et jugement publics
Formalisme	convention de médiation des parties mêmes	règles du Nouveau Code de Procédure Civile
Coûts	en général moins long = moins cher	en général plus long = plus cher
Management du conflit	implication d'autres personnes possible	participation des parties au litige uniquement; traitement du conflit isolé
Cadre	lieu librement choisi, endroit neutre, ambiance agréable	salle d'audience, robe
Solutions	solutions proches aux besoins, pragmatiques, solutions non-prévues par la loi (ex: excuse formelle)	résultat souvent difficilement prévisible; suite légitime non-flexible et prévue par la loi
Avocats	présence possible	présence possible, souvent obligatoire
Garanties	pas de prescription de droits pendant la durée de la procédure de médiation; homologation d'un accord de médiation possible: même valeur qu'un jugement susceptible d'être exécuté	garanties prévues par la loi

Interview Dr. Jan Kayser

Secrétaire général du Centre de Médiation Civile et Commerciale (CMCC)

Merkur: Qu'est-ce que la médiation?

Jan Kayser: La médiation existe depuis longtemps déjà au Luxembourg, mais la procédure ne vient d'être réglementée que par la nouvelle loi du 24 février 2012 sur la médiation civile et commerciale. La médiation est une procédure qui permet à deux parties engagées dans un litige de régler leur conflit à l'amiable et de manière volontaire en faisant appel à un médiateur indépendant, impartial et qualifié. Pour ce faire, le médiateur utilise des techniques de médiation apprises au cours de sa formation.

Merkur: Vous êtes secrétaire général du Centre de Médiation Civile et Commerciale (CMCC). Quel est le rôle du CMCC?

Jan Kayser: La mission principale du CMCC est d'offrir des services de médiation dans des litiges en matière civile et commerciale. Le CMCC est aussi compétent en matière d'accréditation de médiateurs et propose pour chaque litige un médiateur adéquat. Finalement, le CMCC s'engage activement dans la promotion de la médiation en sensibilisant et informant le public.



Merkur: Où peut-on trouver le CMCC?

Jan Kayser: Les bureaux du CMCC se trouvent au Tribunal d'Arrondissement de Luxembourg dans la Cité Judiciaire au Plateau du St Esprit. La proximité avec les citoyens, les entreprises et les clients potentiels nous tient particulièrement à cœur. Notre adresse officielle est cependant au Barreau du Luxembourg au 1-7, rue St. Ulric. C'est à cette adresse qu'il faut envoyer le courrier.

Merkur: Quels sont les avantages de la médiation par rapport à une procédure judiciaire classique devant les tribunaux?

Jan Kayser: La médiation n'est pas une formule magique qui peut résoudre chaque conflit, mais dans certains cas la médiation peut apporter des avantages certains. La médiation est en effet souvent plus rapide, moins coûteuse et offre des solutions plus durables qu'une procédure judiciaire classique. Elle permet aux parties engagées de sauver la face et souvent aussi de continuer à travailler ensemble, ce qui est particulièrement important pour les entreprises, qui investissent des ressources humaines et financières importantes dans la création et le soin de leurs relations commerciales. Mais la médiation peut aussi être intéressante pour le citoyen qui a envie de trouver une solution négociée à son conflit.

Merkur: Si une entreprise a un litige et souhaite s'adresser au CMCC, comment doit-elle procéder?

Jan Kayser: Le plus facile est de nous donner un coup de fil au n° (+352) 27 85 42-1 ou bien de nous envoyer directement un courrier expliquant brièvement le conflit et indiquant les coordonnées de contact des deux parties engagées.

Merkur: Le CMCC est-il aussi joignable en ligne?

Jan Kayser: Tout à fait, notre site est accessible sous www.cmcc.lu. ■

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



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**.

Du 26 au 30 novembre prochain, la Chambre de Commerce organisera en étroite collaboration avec le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur et l'agence de promotion «Luxembourg for Business» une mission multi-sectorielle emmenée par le Grand-Duc Héritier Guillaume et le ministre de l'Economie et du Commerce extérieur, Etienne Schneider.

1. Dans quel pays aura lieu cette mission officielle?

- Aux Etats-Unis?
- Au Brésil?
- En Chine?

La procédure de médiation vient d'être réglementée par la nouvelle loi du 24 février 2012 sur la médiation civile et commerciale. La médiation est une procédure qui permet à deux parties engagées dans un litige de régler leur conflit à l'amiable de manière plus rapide et moins coûteuse qu'une procédure judiciaire classique. Membre fondateur d'un centre dédié à la médiation, la Chambre de Commerce soutient activement la médiation comme voie alternative de résolution de conflits.

2. Quel est le nom de ce nouveau centre?

- Centre de Règlement des litiges (CRL)?
- Centre de Médiation Civile et Commerciale (CMCC)?
- Centre de Consultation et d'Arbitrage (CCA)?

Le 27 juillet 2012 a eu lieu la création officielle d'un club d'affaires à l'Ambassade du Grand-Duché de Luxembourg à Berlin en présence de 15 hauts responsables du monde économique, ayant des activités ou leur siège social au Luxembourg.

3. Quel est le nom de ce premier réseau pour entrepreneurs luxembourgeois et allemands, activement parrainé par la Chambre de Commerce du Luxembourg et l'Ambassade du Luxembourg à Berlin?

- Entrepreneurs Club?
- Business Club Luxembourg?
- Networking and Business Entrepreneurs Club?

Pour participer au tirage au sort et gagner le nouvel iPod nano 16 GB silver, il suffit de renvoyer ce questionnaire dûment rempli par fax au (+352) 43 83 26 (Rédaction Merkur) **avant le mardi 9 octobre 2012**. Une seule réponse par foyer.



Nom	
Prénom	
Adresse	
Code postal	
Localité	
Téléphone	
E-mail	

Félicitations à M. Henri Hoven, la gagnant du Quiz de l'édition de Merkur 05/2012 qui a reçu un iPod nano 16 GB silver!

Gagnant du Quiz de l'édition du Merkur 06/2012: M. Lucien Linden (Hautcharage)



Assurez votre capital humain, le plus précieux de votre entreprise

advantis Votre assurance Vie Groupe

Foyer Vie, véritable partenaire de votre entreprise, vous propose sa gamme de solutions et de services pour la mise en place d'un régime complémentaire de pension.

Nous construisons pour vous des solutions sur mesure adaptées à votre politique salariale et modulées au gré des besoins complémentaires d'épargne et de prévoyance de vos salariés.

Avec **advantis**, votre entreprise est unique. www.advantis.lu



Äert Vertrauen a sécheren Hänn

27. Juli 2012

Gründung des Business Club Luxemburg e.V.



V.l.n.r.: Hr W. Elsäßer, Hr. C. Schmit, Fr. C. Tereba, Hr. A. Gränitz, Hr. W. Köhler



Der neue Business Club bildet eine Austausch- und Netzwerkplattform für Mitglieder zur Förderung der luxemburgisch-deutschen Wirtschaftsbeziehungen und wird aktiv unterstützt durch die Handelskammer Luxemburg und die Botschaft des Großherzogtums Luxemburg



Am 27. Juli 2012 hat die Gründungsveranstaltung des Business Club Luxemburg e.V. in der Botschaft des Großherzogtums in Berlin stattgefunden. Insgesamt 15 Unternehmen mit Geschäftsaktivitäten oder Unternehmenszentralen in Luxemburg haben am vergangenen Freitag an der feierlichen Geburtsstunde des Business Club Luxemburg teilgenommen.

Die Mitgliederversammlung hat Herrn Axel Gränitz, Mitglied des Vorstandes der Dussmann Gruppe einstimmig zum neuen Vorstandsvorsitzenden des Business Club Luxemburg gewählt. Herr Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer der Astra Deutschland GmbH, Herr Wolfgang Köhler, Mitglied des Vorstandes der DZ Bank AG und Herr Claude Schmit, Geschäftsführer von Super RTL bilden den neu gewählten Vorstand. Geschäftsführender Vorstand ist Frau Cindy Tereba, Leiterin der Wirtschafts- und Handelsabteilung der luxemburgischen Botschaft in Berlin.

Der Business Club Luxemburg ist eine Plattform in Deutschland, die sich sowohl an Unternehmen in Deutschland mit Geschäftsaktivitäten und -Interessen in Luxemburg richtet als auch an luxemburgische Gesellschaften, die bereits aktiv sind auf dem deutschen Markt oder dies zukünftig planen. Der Club bildet eine Austausch- und Netzwerkplattform für Mitglieder zur Förderung der luxemburgisch-deutschen Wirtschaftsbeziehungen.

Der Business Club Luxemburg ist die erste bundesweite Netzwerkplattform für Wirtschaftsakteure beider Länder in Deutschland und wird aktiv unterstützt durch die Handelskammer Luxemburg und die Botschaft des Großherzogtums Luxemburg. Zu den weiteren Gründungsmitgliedern gehören ArcelorMittal, Enovos Deutschland, Kühne + Nagel, Luxair Cargo Deutschland, Norddeutsche Landesbank Girozentrale, Paul Wurth Umwelttechnik und Playze.

Retrouvez l'article en français à la Une sur: www.cc.lu ■

Ansprechpartner:

Frau Cindy Tereba – Leiterin der Wirtschafts- und Handelsabteilung

Botschaft des Großherzogtums Luxemburg

Klingelhöferstrasse 7 – 10785 Berlin

Tel: (+49) (0)30-26395726 – Fax: (+49) (0)30-26395727

Email: cindy.tereba@cc.lu

Accueil d'une délégation de la Région de l'Oural du Sud

En date du 6 septembre, la Chambre de Commerce a accueilli une délégation russe emmenée par M. Degtyaryov, président de Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oural du Sud – *oblast* (sujet fédéral) de Tchéliabinsk, pour une réunion de travail en présence de la Luxembourg Russia Business Chamber, la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Fédération de Russie et l'Ambassade de Russie à Luxembourg. Il s'agissait d'un premier contact avec cette région. Au programme figurait une présentation des deux Chambres de Commerce, un exposé de l'économie luxembourgeoise et de l'*oblast* de Tchéliabinsk, des rendez-vous d'affaires bilatéraux, ainsi que des discussions en vue d'une future collaboration. Située à 1.500 km à l'est de Moscou, l'*oblast* de Tchéliabinsk compte 3,5 millions d'habitants et est un des membres les plus développés de la Fédération de Russie au plan économique. Parmi les régions de la Russie, l'Oural du Sud occupe la cinquième place pour les investissements. Le centre administratif de l'*oblast* est la ville de Tchéliabinsk. Depuis un siècle, la capitale de l'Oural du Sud est considérée comme le premier pôle de la métallurgie et de la sidérurgie.

Au cours des échanges entre les différentes parties, plusieurs similitudes

entre la région de Tchéliabinsk et le Luxembourg sont apparues. En effet, le Luxembourg se situe au cœur des axes de transport en Europe, tandis que Tchéliabinsk se positionne entre l'Europe et l'Asie et envisage de développer ses activités logistiques. Par ailleurs, la sidérurgie est un secteur historique pour le Luxembourg, comme la métallurgie est la clé de l'industrie dans

la région de Tchéliabinsk, qui occupe la deuxième place en Russie en matière de production de métaux. Le développement industriel de la région est déterminé par les industries métallurgique, de construction mécanique, de l'énergie, de construction de bâtiments et l'agriculture. Des coopérations et des projets communs ont d'ores et déjà été envisagés dans ces domaines. ■



M. Degtyaryov, président de Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oural du Sud – *oblast* de Tchéliabinsk a été accueilli par M. Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce

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

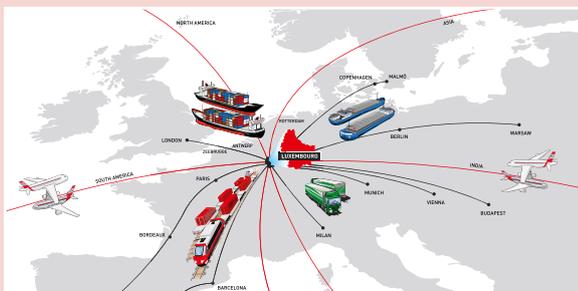
Creditreform

Unternehmen Sie nichts ohne uns



International Logistics Day 2012

Monday, November 12th 2012 from 6 p.m. until 9 p.m.



In the framework of the International Logistics Day 2012 (November 14th), which will be celebrated for the first time in Luxembourg, the Cluster for Logistics organizes an major event on **Monday, November 12th 2012 from 6 p.m. until 9.30 p.m.**

The final report of the study **“Futur4Logistics in Luxembourg”** led by the Cluster for Logistics, Luxembourg will be officially presented to the audience in the presence of ministers, major players of the sector and the press.

This event will be held around **major topics** such as:

- Importance of Luxembourg as an logistics hub;
- A logistics master plan for Luxemburg as international logistics hub;
- The choices to strengthen Luxembourg global framework;
- The implementation of the future actions;
- The presentation will be followed by a walking dinner.

■ Programme:

18.00 – 18.15	Welcome allocation by Mr. Etienne Schneider, Minister of the Economy and Foreign Trade
18.15 – 19.00	Presentation of the study Future for Logistics in Luxembourg by Mr. Alain Krecké, Manager, Cluster for Logistics
19.00 – 19.30	Logistikregion TRILUX by Prof. Dr. Johannes Weinand, Director, Office for Urban Development and Statistics, City of Trier
19.30 – 20.00	EUROPORT Lorraine by Mr Patrick Weiten, President of the General Council for the department Moselle
20.00 – 20.15	Conclusion by Mr Claude Wiseler, Minister of Sustainable Development and Infrastructures
20.15	Walking Dinner

In the world of logistics, “collaboration,” “partnerships” and “networking” are not just words. They are essential tools people take very seriously to get the job done.

Join us! Logistics at all levels is reason to celebrate on 12 November 2012!



LES CONFÉRENCES DE LA CHAMBRE DE COMMERCE À PORTÉE DE MAIN

WWW.CC-TV.LU



CC^{TV}
CC-TV.lu

CHAMBRE DE
COMMERCE
LUXEMBOURG

CALENDRIER OCTOBRE – JANVIER 2013

Octobre

3 – 6	Visite accompagnée au salon Pollutec Maroc à Casablanca
5	Journée des consuls honoraires germanophones
8 – 10	Stand collectif au salon ExpoReal à Munich
8 – 12	Mission économique au Myanmar
15 – 16	Bourse de coopération b2fair Match4Industry à Kocaeli, Turquie
15 – 19	Mission officielle en Amérique latine (Mexico-City et Sao Paulo)
26 – 27	Mission officielle au Tatarstan
A définir	Visite d'une délégation vietnamienne

Novembre

6 – 9	Bourse de coopération b2fair dans le cadre du salon MIDEST à Paris
22 – 23	5 th Joint Business Council Luxembourg-Taiwan in Luxembourg
26 – 30	Mission officielle en Chine
27 – 30	Bourse de coopération b2fair dans le cadre du salon POLLUTEC à Lyon
29 – 1 ^{er} déc.	Bourse de coopération b2fair dans «Indjija Industrial Zone» à Belgrade (Serbie)

FOIRES D'OCTOBRE – DECEMBRE 2012

TECHNOLOGIES DE L'ENVIRONNEMENT & ENERGIES RENOUVELABLES

02.10.2012 – 04.10.2012

Solar Power UK
Birmingham (Grande-Bretagne)
www.solarpowerukvents.org

09.10.2012 – 11.10.2012

ENERGIE
'sHertogenbosch (Pays-Bas)
Tél.: +31 30 295-2700 – www.energievakbeurs.nl

07.11.2012 – 10.11.2012

ECOMONDO
Rimini (Italie) – Tél.: +39 00541 744217
www.ecomondo.com

13.11.2012 – 16.11.2012

BioEnergy Decentral –
Le mondial des professionnels de
l'approvisionnement décentralisé en énergie
Hanovre (Allemagne) – Tél.: 069 24788-279
www.bioenergy-decentral.com

16.11.2012 – 18.11.2012

ENERGIES+ – Le salon des économies d'énergies
Marche en Famenne (Belgique)
Tél.: +32 4 22317-76 – www.energieplus.be

27.11.2012 – 30.11.2012

Pollutec – Salon International des
Equipements/Technologies Eau-Air-Energie-
Déchets-Nettoyage-Recyclage-Bruit-Risques-
Santé-dépollution des sites
Lyon (France) – Tél.: +33 1 47 56 5000
www.pollutec.com

16 – 19 octobre 2012

Séminaire à Agadir: l'innovation au service des relations économiques internationales

A fin de renforcer les activités économiques et commerciales durables entre le Luxembourg et l'Afrique du Nord, le Centre de Recherche Public (CRP) Henri Tudor, dans le cadre d'une convention avec la Direction des Relations Economiques Internationales du ministère des Affaires étrangères du Luxembourg, organise un séminaire visant à évaluer les relations existantes entre les entreprises luxembourgeoises et nord-africaines.

La Chambre de Commerce du Luxembourg a décidé d'appuyer cette démarche innovante en mobilisant ses membres susceptibles d'être intéressés par les relations économiques et commerciales avec l'Afrique du Nord.

Ce séminaire sera également l'occasion d'identifier des opportunités de partenariat via des échanges structurés entre les entreprises luxembourgeoises et marocaines souhaitant travailler sur les marchés africains respectivement européens. Les technologies environnementales, l'informatique, l'ingénierie, la logistique, particulièrement liées à l'agro-alimentaire, seront des sujets d'intérêt.

La particularité de ce séminaire est d'envisager les relations économiques internationales via des activités de

R&D, d'innovation, de transfert de technologie et de savoir-faire. Pour ce faire, l'événement va inclure:

- des retours d'expériences d'entreprises européennes et nord-africaines;
- la présentation d'instruments de support financier à ce type de coopération;
- la présentation du Centre d'Innovation d'Agadir, en partenariat avec le Centre de Recherche Henri Tudor comme facilitateur et fournisseur de services à l'innovation entre Luxembourg et l'Afrique du Nord.

Ce séminaire aura lieu au Centre de Recherche pour l'Innovation au Maroc, implanté dans l'Université Privée Universiapolis (reconnue par l'Etat marocain). Ce Centre de Recherche, tout comme le séminaire, est le fruit d'une collaboration entre Universiapolis et Tudor grâce au soutien du ministère des Affaires étrangères du Luxembourg. Les responsables, ingénieurs et chercheurs des deux Centres de Recherche à Luxembourg et à Agadir se mobiliseront si nécessaire pour aider à l'avancement des projets identifiés. ■

Pour toute information complémentaire: CRP Henri Tudor

Personnes de contact: Rémi Fabbri/Caroline Morilhat

Tél.: (+352) 42 59 91-300

E-mail: event@tudor.lu – www.tudor.lu/agadir

25 octobre 2012

Participez à la 17^e édition du Salon à l'Envers à Thionville

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg vous invite à participer à la 17^e édition du «Salon à l'Envers» qui se déroulera le 25 octobre

2012 à Thionville. Comme chaque année, ce salon constitue pour les entreprises luxembourgeoises et régionales une plate-forme de rencontres «b2b» entre acheteurs et fournisseurs



Pierre Gramegna, directeur général de la Chambre de Commerce, lors de l'édition 2011 du Salon à l'Envers

de la Grande Région. En 2011, le salon a réuni plus de 1.300 participants et quelque 170 donneurs d'ordres qui ont présenté leur société et exprimé leurs besoins en termes d'achats. Les donneurs d'ordres ont ainsi pu établir plus de 5.000 contacts avec les visiteurs.

Ce salon, qui se place dans la continuité du salon «GR Business Days», organisé par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg les 13 et 14 juin derniers, dans les locaux de Luxexpo, aura pour but de stimuler la compétitivité et la croissance des

petites et moyennes entreprises au sein de la Grande Région et de poursuivre le renforcement et le développement des relations économiques et commerciales interrégionales. De plus, cette année, le Grand-Duché de Luxembourg sera

05.12.2012 – 07.12.2012

ENERGAIA –
Salon international des énergies renouvelables
Montpellier (France) – Tél.: +33 4 67 17 67 17
www.energaia-expo.com

INDUSTRIE

02.10.2012 – 05.10.2012

Industry & Automation
Utrecht (Pays-Bas) – Tél.: +31 30 295-2700
www.industry-and-automation.nl

02.10.2012 – 06.10.2012

BI-MU
Milan (Italie) – Tél.: +39 02 262551
www.bimu-sfortec.com

mis à l'honneur, les participants luxembourgeois étant tous regroupés sous un même chapiteau, ils bénéficieront d'une visibilité accrue au sein du salon.

Le fil rouge de cette édition sera celui de «la mise en valeur des produits du terroir, AOC agriculture biologique». Comme l'année dernière, un espace sera également spécifiquement dédié à «l'éco-construction» ou la «construction durable». ■

**Pour de plus amples renseignements,
le Département International de la Chambre de Commerce
se tient à votre entière disposition: Personnes de contact:
Sohrab Ziai/David Louro – Tél.: (+352) 42 39 39-333
Fax: +352 43 83 26 – E-mail: international@cc.lu**

MANIFESTATION D'INTÉRÊT – Merkur Septembre 2012 • à remplir en lettres majuscules

Raison sociale: _____

Nom: _____

Prénom: _____

Fonction: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

Souhaite participer en tant que:

donneur d'ordres (acheteur) **fournisseur (visiteur)**

Le Salon à l'Envers sera organisé par «Entreprendre en Lorraine-Nord (ELN)» en collaboration avec la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, la DRIRE Lorraine, le Conseil Général de Moselle, le Conseil Régional de Lorraine, la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de Lorraine ainsi que la CCI de la Moselle.

Date : _____

Signature : _____

**Merci de retourner le présent formulaire par courrier
ou par fax à l'adresse suivante:
Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg
Département International • L-2981 Luxembourg
Personnes de contact: Sohrab Ziai/David Louro
Tél.: (+352) 42 39 39-360 • Fax: (+352) 43 83 26
E-mail: international@cc.lu**

08.10.2012 – 11.10.2012

MOTEK –
Salon professionnel international
de la technique de montage, de manutention et
de l'automatisation
Stuttgart (Allemagne) – Tél.: 07025 9206-660
www.motek-messe.de

09.10.2012 – 12.10.2012

vienna-tec – Vienne (Autriche)
Tél.: +43 1 72720-0 – www.vienna-tec.at

16.10.2012 – 18.10.2012

MAINTAIN –
International Trade Fair for Industrial Maintenance
Munich (Allemagne) – Tél.: +49 89 949-20720
www.maintain-europe.com

16.10.2012 – 20.10.2012

Fakuma –
Le Salon international de la
transformation des matières plastiques
Friedrichshafen (Allemagne) – Tél.: 07025 9206-650
www.fakuma-messe.de

17.10.2012 – 19.10.2012

belektro –
Salon professionnel de l'électrotechnique,
de l'électronique et de l'éclairage
Berlin (Allemagne) – Tél.: 030 3038-2259
www.belektro.de

23.10.2012 – 27.10.2012

International industrial fair and
cooperation exchange
Tashkent (Ouzbékistan) – Tél.: +99 87 1 23 85 413
www.cooper.uz

06.11.2012 – 09.11.2012

Elmia Subcontractor
Jönköping (Suède) – Tél.: +46 36 152000
www.elmia.se/subcontractor

06.11.2012 – 09.11.2012

MIDEST –
Marché international de la sous-traitance
Paris (France) – Tél.: +33 1 47 56 5000
www.midest.com

06.11.2012 – 09.11.2012

MITEX
Moscou (Russie) – Tél.: +43 1 23085-35
www.euroexpo-vienna.com

13.11.2012 – 16/11/2012

electronica –
composants/systèmes/applications
Munich (Allemagne) – Tél.: 089 949-11458
www.electronica.de

19.11.2012 – 22.11.2012

MANUTENTION Equipements & Systèmes –
Salon International 'Materiels et
Systemes de Manutention pour la Productique
et la Logistique
Paris (France) – Tél.: +33 1 76 77 1111
www.manutention.com

The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg, in close cooperation with the Ministry of the Economy and Foreign Trade and the Agency "Luxembourg for Business", will organize a multi-sectorial mission to China. The

22 November 2012

Save the date – Taiwan-Luxembourg joint business council

On 22 November 2012, the Chamber of Commerce will host the 5th Taiwan-Luxembourg Joint Business Council (TLJBC) in Luxembourg. The TLJBC aims to be a platform for mutual exchange about business opportunities related to both countries in order to strengthen the economic ties. Also the TLJBC includes a debate about the possibilities to improve the political framework for business and trade between Taiwan and Luxembourg.

On that occasion, our Taiwanese partner, the Chinese International Economic Cooperation Association (CIECA), will bring an important trade delegation from Taiwan to Luxembourg. This year's delegation will have a strong focus on ICT and Green Energy. The Chamber of Commerce will organize matchmaking contacts for those Luxembourg companies interested in getting business contacts with Taiwanese delegates. ■

For further information, please contact

Jean-Claude Vesque or Daniel Sahr, Tel.: (+352) 42 39 39-311/313

E-Mail: jean-claude.vesque@cc.lu – daniel.sahr@cc.lu

26 – 30 November 2012

Official mission to China



© Luc Deflorenne

delegation will be led by H.R.H. the Hereditary Grand Duke of Luxembourg and the Minister of the Economy and Foreign Trade, Etienne Schneider. During this mission the delegation will visit Beijing and during a daytrip the city of Tianjin (26 and 27 November), Chongqing (28 November) as well as Shanghai and Suzhou (29 and 30 November). Business matchmaking will be organ-

ized by the Chamber of Commerce in Tianjin, Chongqing and Suzhou.

If you want further insights about the Chinese market and more specifically about the visited cities, the Chamber of Commerce will have the great pleasure to provide you with sector-specific information and inform you about business opportunities. ■

For further information, please contact Jean-Claude Vesque or Daniel Sahr

Tel.: (+352) 42 39 39-311/313 – E-Mail: jean-claude.vesque@cc.lu – daniel.sahr@cc.lu



Une nouvelle gamme pour une nouvelle ère.

Le nouvel Antos. Spécialement conçu pour les missions lourdes de ramassage-distribution.

Maniabilité optimale et efficacité élevée : le nouvel Antos a été conçu de bout en bout pour la distribution lourde. De quoi séduire d'emblée les chefs d'entreprise comme les chauffeurs. Grâce à ses motorisations respectant de série la norme antipollution Euro VI, le nouvel Antos constitue en outre une solution d'avenir. Venez vous en convaincre chez votre distributeur Mercedes-Benz ou sur le site Internet : www.mercedes-benz.lu/le-nouvel-antos

Venez découvrir l'Antos chez Mercedes-Benz Leudelange
à l'occasion de l'Oktoberfest du 27 octobre 2012
de 11h00 à 17h00



Mercedes-Benz
Trucks you can trust

20.11.2012 – 23.11.2012

SWISSTECH –
Salon de la sous-traitance en Europe pour
les composants mécaniques et
les solutions systèmes
Bâle (Suisse) – Tél.: +41 44 80633-45
www.swisstech-messe.ch

04.12.2012 – 06.12.2012

AEROMART –
Convention d'affaires internationale
des industries aéronautiques et spatiales
Toulouse (France) – Tél.: +33 1 41864186
www.aeromart.tm.fr

SERVICES & COMMERCE

03.10.2012 – 04.10.2012

Salon RH –
Salon solutions ressources humaines
Genève (Suisse) – Tél.: +41 22 73317-50
www.salon-rh.ch

11.10.2012 – 14.10.2012

MÜSIAD International Trade Fair
Istanbul (Turquie) – Tél.: +90 212 4657475
www.musiadfair.com

23.10.2012 – 25.10.2012

DKM – Le salon professionnel des sociétés
de la finance et de l'assurance
Dortmund (Allemagne) – Tél.: 0921 757580
www.die-leitmesse.de

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET
DE LA COMMUNICATION

23.10.2012 – 25.10.2012

VAD e-Commerce –
Rendez-vous international –
solutions et vision pour le multicanal
Lille (France) – Tél.: +33 1 47 56 5000
www.vad-ecommerce.com

25.10.2012 – 27.10.2012

viscom frankfurt –
Salon international de la communication visuelle
Francfort/Main (Allemagne)

13.11.2012 – 15.11.2012

SATIS –
Salon professionnel des univers du spectacle
et de l'événementiel
Paris (France) – Tél.: +33 1 47 56 5000
www.satis-expo.com

13.11.2012 – 15.11.2012

SmartCity Expo World Congress
Barcelone (Espagne) – Tél.: +34 93 2332000
www.smartcityexpo.com

29.11.2012 – 02.12.2012

CeBIT Bilisim Eurasia
Istanbul (Turquie) – Tél.: +90 212 33469-69
www.cebitbilisim.com

IMMOBILIER

10.08.2012 – 10.10.2012

EXPO REAL – International trade fair for commercial
property and investment
Munich (Allemagne) – Tél.: +49 89 949-20720
www.exporeal.net

AUTOMOBILE

23.10.2012 – 25.10.2012

eCarTec –
Salon international de pointe de l'électromobilité
Munich (Allemagne)
Tél.: 089 322991-23 – www.ecartec.de
Tél.: 0211 90191-222 – www.viscom-messe.com

Règlements européens REACH et CLP

Quelles sont les obligations des utilisateurs de produits chimiques?

Les législations REACH et CLP visent à assurer un niveau élevé de protection de la santé humaine et de l'environnement tout en favorisant la compétitivité et l'innovation.

REACH oblige les fabricants et importateurs de substances chimiques à les enregistrer auprès de l'Agence Européenne des produits chimiques et à évaluer les risques de certaines substances dangereuses. Certaines substances très dangereuses nécessitent une autorisation ou sont soumises à des restrictions pour être utilisées. Le CLP introduit, notamment, de nouveaux critères de classification des produits chimiques dangereux et de nouveaux pictogrammes d'étiquetage.

Si vous utilisez des produits chimiques tels que des solvants, détergents, peintures ...

alors vous êtes un utilisateur en aval. Dans la pratique, vous devez connaître vos obligations mais surtout vous assurer que votre fournisseur connaît les siennes et les remplit.

Le Helpdesk REACH&CLP Luxembourg organise, le 25 octobre 2012 au Kirchberg (CRP Henri Tudor), une conférence «REACH&CLP: Quelles sont les obligations des utilisateurs en aval?». L'objectif est de rappeler leurs obligations aux utilisateurs de produits chimiques mais aussi celles de leurs fournisseurs notamment en termes de communication du risque chimique par les étiquettes et les fiches de données de sécurité.

Gratuit sur inscription préalable, programme détaillé sur www.reach.lu (Agenda). ■

3 – 5 octobre 2012

Visite accompagnée au salon Pollutec Maroc

Dans le cadre de ses activités d'Enterprise Europe Network – Luxembourg, la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg a le plaisir de vous inviter à participer à la visite accompagnée au salon «Pollutec Maroc» qui se déroulera du 3 au 5 octobre 2012 à Casablanca.

Au fil des années, «Pollutec Maroc» a su confirmer sa place d'événement leader de l'environnement au Maghreb. Durant 4 jours, près de 400 éco-industriels marocains et internationaux intervenant sur l'ensemble des secteurs d'activité liés à l'environnement – eau, déchets, recyclage de l'énergie, pré-

Vous trouverez de plus amples informations sur
le salon «Pollutec Maroc 2012» à partir du site web www.pollutec-maroc.com
Pour tout renseignement complémentaire sur le déroulement
de la visite accompagnée: Chambre de Commerce du
Grand-Duché de Luxembourg
Enterprise Europe Network – Luxembourg – Niels Dickens/Sabrina Aksil
Tél.: (+352) 42 39 39-333/371 – E-mail: een@cc.lu



vention des risques et développement durable – présenteront leurs technologies et innovations à près de 8.000 visiteurs professionnels issus des administrations, des collectivités locales, de l'industrie, des éco-activités, de la construction et des services. Lors de cette 4^e édition,

«Pollutec Maroc» présentera une offre internationale diversifiée grâce à la présence de plusieurs pavillons nationaux, dont notamment l'Espagne, la France, l'Allemagne et l'Italie – Région Piémont.

Pour faciliter votre déplacement, un voyage collectif clé en main vous

06.11.2012 – 08.11.2012

VISION – Salon professionnel international du traitement de l'image
Stuttgart (Allemagne) – Tél.: 0711 18560-2541
www.vision-messe.de

30.11.2012 – 03.12.2012

AUTOMOVIL
Valence (Espagne) – Tél.: +34 963 861100
<http://automovil.feriavalencia.com/>

HORECA

11.11.2012 – 15.11.2012

EQUIP'HOTEL – Rendez-vous international des métiers de l'hôtellerie et de la restauration
Paris (France) – Tél.: +33 1 47565000
www.equiphotel.fr

TRANSPORTS & LOGISTIQUE

15.11.2012 – 17.11.2012

logitrans Istanbul
Istanbul (Turquie)
Tél.: +90 212 26691-58 – www.ekofuar.com.tr

sera proposé au prix avantageux de 589.00 EUR, pour autant qu'il y ait un intérêt suffisant manifesté de la part des entreprises luxembourgeoises.

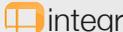
 **integrrix**[®] *Comptabilité*

Votre comptabilité est-elle prête ?

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

Vous



 **integrrix**[®] *Comptabilité*



infodata

Créateur de Logiciels

22 Zone Industrielle, L-8287 KEHLEN

Tél : (+352) 33 16 48 - 1

Mail : info@infodata.lu

<http://www.infodata.lu>

12 octobre 2012



Save the date

Dans le cadre de leurs activités d'«Enterprise Europe Network – Luxembourg», la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers et Luxinnovation, en collaboration avec le ministère des Classes Moyennes et du Tourisme et le ministère de l'Economie et du Commerce Extérieur, organiseront la conférence de lancement de la

Semaine Européenne des PME 2012 «L'internationalisation des PME: les outils de soutien au sein de l'Union européenne»

Entrepreneurs, optez en faveur de mesures efficaces pour assainir vos finances!

en présence de Madame Françoise HETTO-GAASCH, ministre des Classes Moyennes et du Tourisme et de Monsieur Daniel CALLEJA CRESPO, directeur général de la DG Entreprises et Industrie et ambassadeur européen pour les PME.

Vendredi 12 octobre 2012 de 14h30 à 17h15

Lieu: Centre de Conférences de la Chambre de Commerce de Luxembourg (7, rue Alcide de Gasperi | L-2981 Luxembourg)

Contact: Enterprise Europe Network – Luxembourg – Chambre de Commerce – Tél.: (+352) 42 39 39-333 – E-mail: een@cc.lu

13 – 17 octobre 2012

Visite accompagnée à la bourse de coopération «Match4Industry» à Kocaeli en Turquie

Dans le cadre des activités *b2fair*, la Chambre de Commerce lance cette année «Doing Business Onsite», une nouvelle formule de rencontres d'affaires. La grande nouveauté consiste dans le fait que les rendez-vous auront lieu dans les zones industrielles et sont complétés par des visites en entreprise offrant ainsi la possibilité d'un suivi direct sur place. Ce concept donne aux participants la possibilité d'avoir un aperçu de la vie pratique d'une entreprise locale et il débute avec l'événement «Match4Industry» à Kocaeli en Turquie.

■ Match4Industry: TOSB Automotive Supplier Industrial Park Kocaeli (TR)

Le parc industriel de Kocaeli accueille du 15 au 16 octobre 2012 pour la première fois, un événement de *matchmaking b2fair*. Kocaeli est une province du nord de la Turquie, située au bord de la Mer Noire. Grâce à une situation idéale au fond du Golfe d'Izmit et à la proximité d'Istanbul, de nombreuses entreprises industrielles (industrie lourde, raffinerie, chimie...) se sont installées dans cette région.

L'événement offre aux participants la possibilité de rencontrer des entreprises turques, européennes ainsi que d'autres pays des secteurs suivants:

- Machinerie,
- Automobile,
- Métallurgie,
- Chimique,
- Electronique,
- Technologies de l'Information,
- Plastiques,
- Cuir.

Outre les rendez-vous d'affaires, les entreprises auront la possibilité de visiter les entreprises locales.

Pour faciliter le déplacement des entreprises luxembourgeoises, la Chambre de Commerce propose un voyage collectif au départ de Luxembourg à un tarif forfaitaire. En cas d'intérêt, ce voyage pourra également être combiné avec une visite du salon multisectoriel Müsiad, réunissant les hommes d'affaires du monde musulman et

Pour de plus amples renseignements:

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Enterprise Europe Network – Luxembourg

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

www.b2faironline.com/match4industry

international qui se donnent rendez-vous pour «parler business». Composé de 4 sous-salons, il regroupe les domaines d'activité suivants: «Machines

& Outils», «Textiles & Vêtements», «Construction & Habitat» et «Agro-alimentaire & Packaging». En 2010, sous la devise «Business Networking

Among Nations», ce salon a rassemblé quelque 155.000 visiteurs de 72 pays différents et plus de 611 exposants. ■

27 – 29 novembre 2012

Pollutec: visite accompagnée à la convention d'affaires internationale b2fair

Pollutec accueille la 2^e édition de la convention d'affaires internationale b2fair, en partenariat avec la Chambre de Commerce du Grand-Duché du Luxembourg, en étroite collaboration avec le réseau de soutien aux entreprises «Enterprise Europe Network» de la Commission Européenne, le réseau international des partenaires b2fair «Business to Fairs» et de nombreuses autres organisations de soutien à l'échelle internationale.

Basée sur le principe de l'organisation de rendez-vous programmés et validés au préalable, b2fair vise à encourager l'internationalisation des échanges pour répondre aux nouveaux défis économiques dans l'industrie de l'environnement et stimuler les opportunités de partenariats et les relations d'affaires durables entre entreprises, institutions de recherche, clusters et professionnels du secteur. Plus de 250 entreprises sont attendues sur cette édition 2012.

En 2010, la convention d'affaires internationale b2fair s'est tenue pour



la première fois en France sur Pollutec. Son objectif étant d'encourager l'internationalisation entre les entreprises des secteurs de l'environnement et de l'énergie. b2fair a rassemblé près de 200 sociétés de 20 pays et a donné lieu à plus de 1.400 rendez-vous d'affaires

aussi bien entre «exposants-visiteurs» qu'entre «visiteurs-visiteurs» ou entre «exposants-exposants». Plus de 60 organisations professionnelles associées, issues de 30 pays, ont fait la promotion de l'édition 2010. ■

Organisez votre déplacement

La Chambre de Commerce propose un voyage collectif aux entreprises luxembourgeoises souhaitant se rendre au salon Pollutec à Lyon. N'hésitez pas à contacter la:

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg – Enterprise Europe Network – Luxembourg
Tél.: +352 42 39 39 333 – E-mail: een@cc.lu – www.b2faironline.com/pollutec2012

10 – 11 avril 2013

9^e édition du b2fair Hannover Messe 2013

En 2013 le b2fair Head Office Luxembourg organisera la 9^e édition de la convention d'affaires b2fair qui a lieu du 10 au 11

avril 2013 à Hanovre. Faisant partie de la Hannover Messe 2013, b2fair offre la plate-forme parfaite pour une coopération entre entreprises au niveau

mondial. Le but des rendez-vous d'affaires b2fair à la Hannover Messe est de soutenir les entreprises à nouer de nouveaux contacts d'affaires qualifiés,



à trouver des partenaires de coopération potentiels et d'échanger l'expérience des entreprises au niveau international.

■ Optimisez votre participation grâce à b2fair

Les événements de partenariat et de networking constituent un vecteur idéal pour les petites et moyennes entreprises qui souhaitent développer des partenariats d'affaires techniques ou commerciaux et trouver, dans un contexte économique en perpétuel changement, de nouveaux débouchés pour leurs pro-

duits, services et technologies. La plateforme de coopération et d'échange b2fair à Hannover Messe 2013 offre aux exposants ainsi qu'aux visiteurs la possibilité de créer un réseau avec de nouveaux partenaires, clients et fournisseurs. Ce modèle unique donne accès aux entreprises à l'économie entière de la chaîne de valeur dans tous les secteurs d'activité, sans perdre trop de temps ni trop d'argent. Servant de plate-forme internationale de coopération d'affaires et ayant une approche trans-sectorielle, étant adaptée aux besoins individuels et

exigences des petites et moyennes entreprises, b2fair organise et coordonne les rendez-vous d'affaires avec les partenaires souhaités. En tant que service de rendez-vous d'affaires professionnel, b2fair est une plate-forme importante à la Hannover Messe rassemblant tous les potentiels acteurs économiques qui soutient les PME dans leur développement de stratégies d'affaires internationales et de nouvelles tendances.

■ 11 principaux salons à Hannover Messe 2013

Le but de la Hannover Messe est de créer une plate-forme d'interaction pour tous les secteurs importants ainsi que les technologies. Hannover Messe 2013 continuera à encourager les exposants à présenter leurs développements technologiques tout au long de la chaîne de valeur industrielle. L'événement Hannover Messe 2013 inclut 11 principaux salons internationaux qui présentent les technologies et les idées de et constitue une plate-forme unique pour encourager les innovations et les solutions intégrées. ■

Pour en savoir plus: b2fair Head Office – Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

Personnes de contact: Amrita Singh/Niels Dickens – Tél.: (+352) 42 39 39-370 – E-mail: b2fair@cc.lu

BOA – Bourse d'Opportunités d'Affaires

En raison de l'internationalisation de l'économie, les PME souhaitant sortir de leurs frontières et conquérir de nouveaux marchés peuvent soit décider de le faire seules, soit 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 coopération 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 hongroise, spécialisée dans la décoration de façades et produisant des fenêtres à battants étanches, offre ses services en tant que sous-traitant. Elle est également intéressée par de la production réciproque (EEN 20120411018)
- 2 Société allemande, spécialisée dans la production de systèmes de chauffage infrarouges, recherche des intermédiaires commerciaux (agents, distributeurs, représentants) en Europe (EEN 20120718014)
- 3 Société russe, spécialisée dans la production de nourriture surgelée: champignons, baies, légumes, recherche des distributeurs (EEN 20120710034)
- 4 Société polonaise, spécialisée dans la distribution de produits d'entretien des voitures et d'autres produits nettoyants professionnels, recherche des représentants commerciaux en Europe (EEN 20120709030)
- 5 Société serbe, spécialisée dans diverses activités de développement et de constructions utilitaires, offre ses services de sous-traitance/outsourcing et de représentation pour ses partenaires européens (EEN 20120626007)
- 6 Société israélienne, spécialisée dans les usines de traitement des eaux usées, potables et industrielles, recherche des agents et offre ses activités en tant que sous-traitant (EEN 20120625009)
- 7 Société française, spécialisée dans la conception et la production de systèmes de sécurité pour les professionnels (secteur de la sécurité civile, travailleurs dans l'industrie en milieu confiné, transports, construction et milieu militaire) et qui a développé une radio mobile de poche, mains-libres et full-duplex (PMR), recherche des distributeurs actifs dans le secteur de la vente de PMR (Private Mobile Radiocommunications) (EEN 20120626037)
- 8 Société portugaise, spécialisée dans l'offre de boissons, tabac et friandises, recherche des agents/distributeurs pour ses produits (EEN 20120626039)
- 9 Société polonaise, spécialisée dans la production de produits d'emballage en plastique (récipients et pots de fleurs), offre ses services en sous-traitance (EEN 20120801020)
- 10 Société grecque, spécialisée dans la production de vêtements biologiques, recherche des partenaires offrant des services d'intermédiation commerciale (agents, représentants), ainsi que des services logistiques/de transport (EEN 20120628059)
- 11 Société écossaise, spécialisée dans les matériels électroniques et la conception de logiciels, offre ses services en tant que sous-traitant pour le développement de solutions dans une large variété de secteurs (EEN 20120625014)
- 12 Société hongroise, spécialisée dans l'industrie électronique, recherche des partenaires en Europe pour des opportunités de joint-venture et offre également ses services en sous-traitance et outsourcing (EEN 20120711037)

BON DE COMMANDE – BOA – Merkur Septembre 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 11 12

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 10 juin au 17 août 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 10 juin au 17 août 2012

1	2012/C167/03	Avis de la BCE sur une proposition de règlement sur les agences de notation de crédit et une proposition de directive portant coordination des dispositions législatives, réglementaires et administratives sur certains organismes de placement collectif en valeurs mobilières (OPCVM) et la directive 2011/61/UE sur les gestionnaires de fonds d'investissement alternatifs en ce qui concerne le recours excessif aux notations de crédit
2	2012/C143/04	Avis du CESE sur la «Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil établissant le programme «Europe créative»»
3	2012/C191/01	Avis du CESE sur le «7 ^e programme d'action pour l'environnement et suivi du 6 ^e programme d'action pour l'environnement»
4	2012/C 219/17	Recommandation du Conseil concernant le programme national de réforme du Luxembourg pour 2012 et portant avis du Conseil sur le programme de stabilité du Luxembourg pour la période 2012-2015

Décisions publiées du 10 juin au 17 août 2012

5	2012/356/UE	Révision des modes et conditions de financement des investissements (accord de partenariat ACP-UE)
6	2012/351/UE	Décision du comité mixte institué par l'accord de reconnaissance mutuelle conclu entre la CE et les Etats-Unis d'Amérique du 20 juin 2012 relative à l'inclusion d'un organisme d'évaluation de la conformité sur la compatibilité électromagnétique
7	2012/413/UE	Décision de la Commission relative à l'établissement de listes annuelles des priorités pour l'élaboration de codes de réseau et d'orientations pour 2013

Directives publiées du 10 juin au 17 août 2012

8	2012/17/UE	Interconnexion des registres centraux, du commerce et des sociétés
9	2012/19/UE	Directive du Parlement européen et du Conseil relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE)

Règlements publiés du 10 juin au 17 août 2012

10	528/2012	Règlement concernant la mise à disposition sur le marché et l'utilisation des produits biocides
11	523/2012	Règlement concernant l'homologation des véhicules à moteur, de leurs remorques et des systèmes, composants et entités techniques distinctes qui leur sont destinés
12	505/2012	Règlement d'exécution portant modalités d'application du règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles
13	493/2012	Règlement relatif aux modalités de calcul des rendements de recyclage des déchets de piles et d'accumulateurs
14	618/2012	Règlement de la Commission modifiant, aux fins de son adaptation au progrès technique et scientifique, le règlement (CE) n° 1272/2008 du Parlement européen et du Conseil relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges.
15	640/2012	Règlement de la Commission modifiant, aux fins de son adaptation au progrès technique, le règlement (CE) n° 440/2008 établissant des méthodes d'essai conformément au règlement (CE) n° 1907/2006 du Parlement européen et du Conseil concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances (REACH)
16	648/2012	Règlement du Parlement européen et du Conseil sur les produits dérivés de gré à gré, les contreparties centrales et les référentiels centraux
17	756/2012	Règlement d'exécution de la Commission modifiant le règlement (CEE) n° 2454/93 fixant certaines dispositions d'application du règlement (CEE) n° 2913/92 du Conseil établissant le code des douanes communautaire

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

Entreprise: _____
 Nom: _____
 Prénom: _____
 Adresse: _____
 Code postal/localité: _____
 Téléphone: _____
 Fax: _____
 E-mail: _____@_____

Nous souhaitons recevoir les textes législatifs suivants :

- en français en allemand
 en anglais autre (à préciser) _____
 1 2 3 4 5 6
 7 8 9 10 11 12
 13 14 15 16 17

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

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



ILNAS

Cessez de subir les normes, apprenez à en tirer profit!



Les normes sont des documents de référence apportant des solutions à des problèmes techniques et commerciaux de produits, de biens ou de services. Sur base des besoins du marché, leur élaboration fait appel à une expertise mondiale et multipartite (industrie, représentants d'associations de consommateurs, milieux universitaires, ONG, gouvernements, etc.). Ainsi, le processus de normalisation vise à atteindre le consensus sur

l'état le plus avancé des technologies ou des bonnes pratiques. Contrairement à la réglementation, les normes sont d'application volontaire. Pourtant, il est fréquent que les autorités d'un pays décident d'y recourir pour appuyer une loi. En effet, les normes constituent de véritables outils au service des décideurs politiques, mais également au service des entreprises et des consommateurs. Elles permettent notamment d'encourager l'innovation, de soutenir les activités économiques, de faciliter les échanges entre les partenaires, de développer la confiance des clients, ou encore de répondre aux besoins sociétaux. Les normes peuvent donc se révéler source de nombreux bénéfices pour celui ou celle qui en maîtrise les enjeux.

Afin de pouvoir tirer pleinement profit de la normalisation, la formation apparaît comme le moyen le plus efficace. Les entreprises, en particulier, doivent aujourd'hui se doter d'une compétence *ad hoc* afin de maîtriser leur environnement normatif. Il s'agit d'être en mesure d'identifier les normes de leur secteur d'activité, de les utiliser efficacement, voire même d'évaluer l'intérêt de participer à leur élaboration au sein des comités techniques européens ou internationaux. En outre, le marché de l'emploi le montre, de nouvelles

opportunités professionnelles voient le jour pour des profils qui, en plus d'une formation initiale en sciences, droit ou commerce, possèdent également une compétence complémentaire en normalisation. L'enseignement de cette matière émergente doit donc susciter une attention particulière.

Au Grand-Duché de Luxembourg, le développement de la formation à la normalisation constitue l'un des piliers de la stratégie normative luxembourgeoise pilotée par l'ILNAS (Organisme luxembourgeois de normalisation). Dans ce contexte, deux nouvelles formations sont notamment proposées au catalogue de la *Luxembourg School for Commerce* (LSC) de la Chambre de Commerce, à savoir «Les normes et la normalisation: faites de ces outils des avantages compétitifs pour votre entreprise» et «Normalisation des TIC: une stratégie gagnante au service de votre entreprise». La première vise à donner les informations clés pour valoriser son entreprise via l'utilisation des normes et la maîtrise du processus de normalisation, tandis que la seconde se concentre sur la normalisation pour un secteur stratégique au plan national, le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC). Inscrivez-vous dès à présent! ■

INSCRIPTION FORMATIONS NORMALISATION – Merkur Septembre 2012 • à remplir en lettres majuscules

Nom: _____

Prénom: _____

Société: _____

Fonction: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

Je souhaite participer à la formation:

 Normalisation des TIC: une stratégie gagnante au service de votre entreprise – 4/10/2012

 Les normes et la normalisation: faites de ces outils des avantages compétitifs pour votre entreprise – 8/11/2012

Merci de retourner ce formulaire à:

Agence pour la Normalisation et l'Economie de la Connaissance

34-40, av. de la Porte-Neuve

L-2227 Luxembourg

Tél.: (+352) 46 97 46-73 • Fax: (+352) 46 97 46-79

E-mail: anec@ilnas.etat.lu

■ Descriptif des deux formations dispensées à la Luxembourg School for Commerce (LSC)

TITRE	Les normes et la normalisation: faites de ces outils des avantages compétitifs pour votre entreprise	Normalisation des TIC: une stratégie gagnante au service de votre entreprise
OBJECTIFS	<p>A l'issue de cette formation, l'apprenant sera en mesure de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprendre la normalisation et ses principaux mécanismes Identifier et utiliser les normes pertinentes pour son activité Connaître les enjeux de la normalisation Evaluer les bénéfices d'appliquer des normes et de participer à la normalisation Connaître les acteurs de la normalisation au Luxembourg et les modalités de participation aux travaux de normalisation 	<p>A l'issue de cette formation, l'apprenant sera en mesure de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprendre la normalisation dans le secteur des TIC Connaître les enjeux de la normalisation des TIC Evaluer les bénéfices d'appliquer des normes et de participer à la normalisation Connaître les acteurs de la normalisation au Grand-Duché de Luxembourg, sur le plan européen et international Connaître les modalités de participation aux travaux de normalisation
PROGRAMME	<p>Quelques notions clés sur la normalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> Les normes en question Structures de la normalisation Processus d'élaboration d'une norme <p>La normalisation et ses enjeux</p> <ul style="list-style-type: none"> Enjeux économique, commercial et sociétal Normalisation, certification et accréditation Normalisation, innovation et propriété intellectuelle <p>Les bénéfices de la normalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> Stratégie de normalisation dans l'entreprise Application de normes Participation à l'élaboration de normes <p>La normalisation au Luxembourg</p> <ul style="list-style-type: none"> Mise à disposition de normes Participation aux travaux de normalisation 	<p>Panorama de la normalisation des TIC</p> <ul style="list-style-type: none"> Introduction à la normalisation Acteurs de la normalisation des TIC Spécificités du Comité international ISO/IEC JTC1 Principaux travaux en cours <p>Les enjeux de la normalisation des TIC</p> <ul style="list-style-type: none"> Stratégie de normalisation des TIC dans l'entreprise Bénéfices économiques de la normalisation Certification et accréditation Normalisation et innovation <p>La normalisation des TIC au Luxembourg</p> <ul style="list-style-type: none"> Importance du secteur des TIC pour le Luxembourg Présentation des acteurs clés et des services proposés Participation aux travaux de normalisation
PUBLIC-CIBLE	Dirigeants, cadres, ingénieurs, responsables, chefs de projet, chercheurs, étudiants	
PROCHAINES DATES	8 novembre 2012	4 octobre 2012
HORAIRES	9.00 – 12.00 heures / 14.00 – 17.00 heures	

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



En vue de sensibiliser l'ensemble des acteurs de l'éducation et de la formation, ainsi que les professionnels des ressources humaines et les recruteurs, à l'importance de développer et de valoriser cette compétence en normalisation, l'ILNAS organise en collaboration avec la Chambre de Commerce une conférence sur ce thème. Elle aura lieu **le jeudi 25 octobre 2012 de 8h30 à 12h00 dans les locaux de la Chambre de Commerce.**

«Acteurs de l'éducation et de la formation: offrez de nouvelles compétences en normalisation!»

25 octobre 2012

Horaires: 8h30 à 12h00

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

■ Programme de la conférence:

08h30	Accueil des participants
09h00	Sensibiliser à la normalisation: une priorité nationale Jean-Philippe HUMBERT, ILNAS
09h15	Développer des compétences en normalisation: quels bénéfices pour l'entreprise? Aurélie COUVIDAT, ANEC
09h45	Une matière ennuyeuse? Dépasser les préjugés Solenn VIDAL, ANEC
10h15	Pause-café
10h45	Quelles actions au plan européen? Témoignage d'un expert Laurent OBERLE, CEN CENELEC ETSI Groupe de travail européen sur l'éducation à la normalisation
11h15	Questions-réponses et quiz
11h45	Clôture

INSCRIPTION EVENEMENT EDUCATION ET FORMATION – Merkur Septembre 2012 • à remplir en lettres majuscules

Nom: _____

Prénom: _____

Société: _____

Fonction: _____

Adresse: _____

Code postal/localité: _____

Téléphone: _____

Fax: _____

E-mail: _____@_____

Je souhaite participer à la conférence «Acteurs de l'éducation et de la formation: offrez de nouvelles compétences en normalisation»

Date: Jeudi 25 octobre 2012

Horaires: 8h30 – 12h00

Langue: Français

Tarif: Gratuit (inscription préalable requise)

Lieu: Chambre de Commerce de Luxembourg

**Merci de retourner ce formulaire à:
Agence pour la Normalisation et l'Economie
de la Connaissance**

34-40, av. de la Porte-Neuve

L-2227 Luxembourg

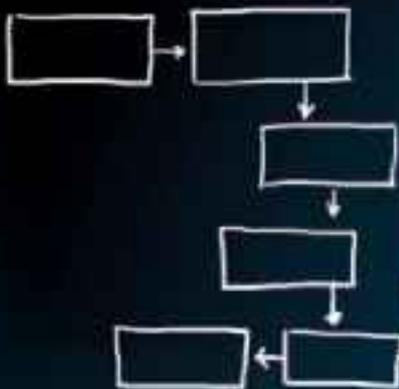
Tél.: (+352) 46 97 46-73 • Fax: (+352) 46 97 46-79

E-mail: anec@ilnas.etat.lu

ILNAS

Institut luxembourgeois de la normalisation
de l'accréditation, de la sécurité et qualité
des produits et services

**DONNER UN NOUVEL ÉLAN À VOTRE BUSINESS,
PARTICIPEZ À NOS CONFÉRENCES ET FORMATIONS**



CONFÉRENCES

- **Standards in the biomedical technologies sector :
Challenges and opportunities for the national market !**
26 septembre 2012, Chambre de Commerce
- **PME, renforcez votre compétitivité grâce aux normes !**
11 octobre 2012, Chambre des Métiers
- **Acteurs de l'éducation et de la formation :
Offrez de nouvelles compétences en normalisation**
25 octobre 2012, Chambre de Commerce
- **Etat des lieux normatif national des TIC :
Focus sur la sécurité de l'information**
23 novembre 2012, Chambre de Commerce

FORMATIONS

- **Normalisation des TIC :
Une stratégie gagnante au service de votre entreprise**
4 octobre 2012, Luxembourg School for Commerce
- **Les normes et la normalisation :
Faites de ces outils des avantages compétitifs pour votre entreprise**
8 novembre 2012, Luxembourg School for Commerce

En partenariat avec :



CONTACT :

ILNAS & ANEC
34-40, avenue de la Porte-Neuve L-2227 Luxembourg
Tél. : +352 46 97 46 70 - Fax. : +352 46 97 46 79
E-mail : anec@ilnas.etat.lu - www.ilnas.lu



Insertion professionnelle

Fit4Commerce: les 37 premiers lauréats ont reçu leurs certificats



Au premier plan Thierry Nothum, directeur de la clc, et Jean Junck, membre du comité exécutif de la Luxembourg School for Commerce (LSC), entourés des lauréats et partenaires du programme de formation Fit4Commerce

C'est au nom de tous les partenaires du programme Fit4Commerce que Jean Junck, Membre du comité exécutif de la Luxembourg School for Commerce (LSC) et

Thierry Nothum, directeur de la Confédération luxembourgeoise du Commerce (clc) ont eu le plaisir de procéder à la remise des certificats dudit programme qui s'est tenue dans les locaux de la Chambre de Commerce le 10 août 2012. Monsieur Junck a félicité les 37 lauréats pour leur implication et leurs efforts personnels, qui, comme il l'espère, seront récompensés prochainement par la conclusion d'un contrat de travail.

Monsieur Nothum s'est félicité quant à lui du soutien que le ministre du Travail et de l'Emploi a apporté à ce projet dès son lancement, mais aussi de la parfaite collaboration entre les différents partenaires dans l'intérêt des demandeurs d'emploi et de l'économie. Le directeur de la clc a souligné que le succès de l'initiative réside dans la mise en adéquation des compétences des demandeurs d'emploi avec les exigences des entreprises.

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 profes-

sionnel. La prochaine promotion de candidats sera lancée d'ici la fin novembre.

Qu'est-ce que Fit4Commerce?

Le projet-pilote Fit4Commerce est cofinancé par le Fonds Social Européen et le ministère du Travail et de l'Emploi et 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 professionnelle 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.

Le Fonds social européen
investit dans votre avenir



Pour de plus amples informations, veuillez contacter:
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

Oikopolis Gruppe

Nachhaltigkeit und soziales Engagement als Qualitätsmerkmale

Die Oikopolis Gruppe besteht aus der Einzelhandelskette Naturata mit 7 Geschäften in Luxemburg, einem Restaurant und einem Catering-Service, der Biog (Bio-Bauere-Genossenschaft) welche seit 1988

in der Biolandwirtschaft tätig ist, sowie Biogros, dem Grosshandel für biologische Lebensmittel.

Im Rahmen der Vorstellung des "Unternehmens des Monats" (entreprise du mois), stellt Oikopolis seine Ansicht

von sozialem Engagement und Nachhaltigkeit in der initialen Ausbildung vor. Es gibt im Leben eines jeden Menschen einige Lebensabschnitte an denen er wegweisende Entscheidungen treffen muss. Eine grundsätzliche Entscheidung, in dem

Dernier appel

pour votre contrat d'apprentissage

Secteur	Date
COMMERCE	31.10
INDUSTRIE	31.10
ARTISANAT	31.10
HORECA	31.10
HORTICULTURE	31.10
SERVICES	31.10

Intéressé par un apprentissage ?

Profitez des dernières places disponibles ! Donnez-vous la chance d'exercer un métier passionnant, via un cursus professionnalisant. Pour plus de renseignements, n'hésitez pas à contacter l'ADEM.

Contacts ADEM :

OP Luxembourg | place de l'Etoile | Tél. : 247-85387 et 247-85480
OP Esch/Alzette | 1, bd porte de France | Tél. : 247-75411
OP Diekirch | 2, rue Clairefontaine | Tél. : 80 29 29 511

Entreprises, accueillez un apprenti !

Communiquez votre passion, transmettez vos compétences à un jeune enthousiaste et guidez-le dans sa démarche professionnelle.

Faites-vous connaître en téléchargeant le formulaire de déclaration de postes d'apprentissage sur lsc.lu, cdm.lu ou adem.public.lu

Dernier délai : 31 octobre 2012 !



V.l.n.r.: Roland Majerus, Administrateur Délégué; Leila Schanck et Jos Houtmann Responsables du personnel; Anja Weber, Yannick Conter, Mona Lauterbour, Diana Pereira Da Costa, Diana Da Silva, et Kristen Possémé

zu diesem Zeitpunkt doch noch sehr jungen Leben eines Menschen, ist die Berufswahl. Eine große Verantwortung der dieser junge Mensch mit seiner Wahl eingeht.

Jedoch hat auch der Arbeitgeber hier eine Menge an Verantwortung zu tragen. Diese Verantwortung hat bei Naturata einen sehr hohen Stellen-

wert. Gemäß dem Leitbild der Oikopolis Gruppe sehen die Firmenleiter es als ihre Aufgabe, bei dem Thema Aus- wie auch Weiterbildung sehr gewissenhaft mitzuwirken. Nur so können sie sicher stellen, dass sich die Gruppe Oikopolis auch weiterhin aus eigener Kraft stärken kann. Dass dieses nachhaltige Vorgehen

seine ersten Resultate vorzuweisen hat, konnte vor kurzem innerhalb der Firma gefeiert werden. Oikopolis hat sich bei acht jungen Menschen bedankt, welche sich vor einigen Jahren dazu entschlossen hatten ihren Ausbildungsweg bei Naturata zu bestreiten, und sich immer noch mit großem Eifer dem Tagesgeschäft bei Naturata widmen. Sehr erfreulich ist die Tatsache, dass einige dieser jungen Menschen jetzt schon leitende Aufgaben bei Naturata sehr zufriedenstellend bewerkstelligen. Außerdem wurden drei Mitarbeiterkollegen, die in wenigen Wochen ihren Abschluss bestreiten, einen festen Arbeitsplatz zugesichert.

Für die Oikopolis Gruppe sind diese Erfolgserlebnisse jedoch kein Grund mit diesem positiven Ereignis abzuschließen. Acht jungen Leuten gibt die Gruppe auch 2012 die Möglichkeit zusammen den Weg einer Ausbildung zu bestreiten. Ein Weg der viel Verantwortung und Disziplin erfordert, der jedoch das wunderbare Ziel des „Sinn in der Arbeit sehen“ mit sich trägt.

INFPC

L'effort de formation des entreprises: de fortes disparités selon le secteur d'activité



infpc



lifelong-learning.lu



observatoire
de la formation

Pour bénéficier de l'aide financière de l'Etat à la formation, les entreprises sont tenues de soumettre une demande de cofinancement au ministère de l'Education nationale et de la Formation professionnelle. Les données brutes extraites de ces demandes sont obtenues à partir des décomptes financiers des entreprises, certifiés exacts par des réviseurs d'entreprises agréés ou accompagnés de pièces justificatives, et ne résultent pas d'un processus déclaratif tel qu'une enquête.

En 2010, les indicateurs qui résument l'effort de formation des entreprises sont stables: en moyenne, les entreprises investissent 2,3 % de leur

masse salariale en formation, contre 2,4 % en 2009. De même, un salarié peut espérer suivre 3,2 jours-hommes de formation, contre 3,1 jours-hommes en 2009 (1 jour-homme équivaut à l'activité d'une personne pendant 8 heures). En revanche, l'investissement en formation rapporté à l'effectif salarié s'établit à 1.199 EUR par salarié et baisse de 4 % par rapport à 2009 (1.255 EUR).

Comme en 2009, l'effort de formation des entreprises est plus important dans les secteurs «Activités spécialisées, scientifiques et techniques» et «Transports et entreposage». Les entreprises issues de ces secteurs investissent, en moyenne 3,8 % et 3,7 % de leur masse salariale pour la

formation de leurs salariés. Ces derniers peuvent espérer suivre respectivement 5,5 jours-hommes et 4,7 jours-hommes de formation. A l'inverse, pour les entreprises du secteur «Activités de services administratifs et de soutien», l'effort de formation est jusqu'à six fois moins élevé selon l'indicateur considéré.

Le secteur «Activités financières et d'assurance» est atypique: malgré un taux de participation financière (TPF, rapport entre l'investissement direct en formation et la masse salariale brute de l'entreprise) relativement bas et une espérance de formation par salarié inférieure à la moyenne (voir tableau), les entreprises de ce secteur sont parmi celles qui investissent le plus par salarié. Le salaire moyen dans ce secteur d'activité est le plus élevé de tous, ce qui peut expliquer la faible valeur du TPF. En outre, c'est le secteur qui a le plus recours aux formations externes et aux formations les plus coûteuses.

Evolution 2009-2010

Le taux de participation financière du secteur «Transports et entreposage» présente la plus forte baisse en 2010: il passe de 4,3 % à 3,7 %. A l'inverse, les entreprises du secteur «Hébergement et restauration» investissent 2,2 % de leur masse salariale en formation, contre 1,7 % en 2009.

L'espérance de formation des salariés issus du secteur «Arts, spectacles, activités récréatives et autres activités de services» passe de 5,3 jours-hommes à 4,5 jours-hommes de formation par salarié. Même si cette valeur reste nettement au-dessus de la moyenne, ce secteur n'est plus en tête du classement,

comme en 2009. En revanche, les salariés du secteur «Hébergement et restauration» voient leur espérance de formation augmenter d'un jour-homme par rapport à 2009.

Malgré une hausse de 33 %, l'investissement par salarié dans le secteur «Hébergement et restauration» reste l'un des plus faibles (544 EUR). Si les précédents indicateurs montrent que ce secteur tend à améliorer son effort en formation, l'investissement par salarié est encore deux fois moins élevé que la moyenne (1.199 EUR). Une explication probable réside dans la nature de la main d'œuvre employée: moins qualifiée, mais également plus saisonnière et

davantage à temps partiel que dans les autres secteurs d'activité. Le coût d'une heure de formation, qui est le moins élevé de l'ensemble des secteurs d'activité (22 EUR), et le nombre de salariés, non-exprimé en équivalent temps plein, affaiblissent ainsi la valeur de l'investissement par salarié. A noter que l'investissement par salarié baisse dans quatre secteurs: «Transports et entreposage» (-14 %), «Commerce; réparation d'automobiles et de motocycles» (-8 %), «Construction» (-6 %) et «Activités financières et d'assurance» (-3 %).

Le Fonds européen
d'investissement régional



■ Tableau 2: Effort de formation des entreprises selon le secteur d'activité – 2010

Nace Rév.2	Secteur d'activité	Taux de participation financière	Espérance de formation	Investissement par salarié
		%	jours-hommes	EUR
M	Activités spécialisées, scientifiques et techniques	3,8	5,5	2.295
H	Transports et entreposage	3,7	4,7	1.946
L	Activités immobilières	3,6	5,2	2.205
R et S	Arts, spectacles, activités récréatives et autres activités de services	2,9	4,5	1.291
P	Enseignement	2,8	4,4	1.314
I	Hébergement et restauration	2,2	3,1	544
Q	Santé humaine et action sociale	2,2	3,2	903
A, B, C, D et E	Agriculture et industrie	2,1	3,2	1.019
J	Information et communication	2,1	2,8	1.222
G	Commerce; réparation d'automobiles et de motocycles	2,0	2,3	695
K	Activités financières et d'assurance	2,0	2,7	1.421
F	Construction	1,9	2,6	703
N	Activités de services administratifs et de soutien	1,2	1,4	356
	Tous secteurs confondus	2,3	3,2	1.199

Secteurs d'activité qui réalisent l'effort de formation le plus important pour l'indicateur considéré.

Secteurs d'activité qui réalisent l'effort de formation le plus important pour l'indicateur considéré.

Source: Observatoire de la formation

Notes:

- **Taux de participation financière à la formation (TPF)**
Investissement direct en formation divisé par masse salariale brute (en %).
- **Espérance de formation**
Nombre de jours-hommes de formation qu'un salarié peut espérer suivre pendant une année (un jour-homme = 8 heures).
- **Investissement direct moyen par salarié**
Investissement direct en formation divisé par effectif salarié.

Pour de plus amples informations, merci de consulter la publication Formastat «Pratiques de formation» sur le site www.infpc.lu ou la commander gratuitement par email à info@infpc.lu



PROGRAMME DE FORMATION

SEPTEMBRE – NOVEMBRE 2012

INTITULÉ	DATE	HORAIRE	PRIX
MANAGEMENT, LEADERSHIP ET GESTION DES ÉQUIPES			
S Le rôle du chef d'équipe: découverte, adhésion et renforcement	25 et 26.09., 10.10. et 24.10.2012	8.30 – 17.00/12.00 et 13.30 – 16.30	600 €
S Savoir gérer son équipe	08.10. et 09.10.2012	8.30 – 17.00	450 €
S Projektmanagement in der Praxis	10.10. et 11.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Mener les entretiens difficiles	12.10.2012	8.30 – 17.00	210 €
S Management und Emotionen	16.10. et 17.10.2012	8.30 – 17.00	450 €
S Augmenter la performance de votre équipe par un leadership adapté	17.10. et 18.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Gérez et prévenez les conflits pour améliorer l'harmonie dans votre entreprise	18.10. et 19.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Mener des entretiens de fonctionnement pour améliorer la performance en équipe	23.10. et 24.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Umgang mit leistungsschwachen Mitarbeitern	23.10. et 24.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
RESSOURCES HUMAINES			
S L'entretien d'évaluation des performances – Bilan d'évolution de carrières	27.09. et 28.09.2012	8.30 – 17.00	450 €
S Les bases de la fonction RH	23.10. et 24.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
MÉTIER DE LA FORMATION			
S Évaluez vos actions de formation: Mesurez l'efficacité et la valeur ajoutée	27.09.2012	8.30 – 17.00	210 €
S Elaborer le cahier des charges d'un projet de formation	04.10. et 05.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
MARKETING, VENTE ET ACTION COMMERCIALE			
S Attitude ou rôle du technicien en clientèle	02.10.2012	8.30 – 17.00	210 €
S Alle Wege zum Kunden ... Von der Akquisition zur Kundenorientierung	16.10. et 17.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Der professionelle Kundenempfang: Aushängeschild des Unternehmens	18.10. et 25.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Prospector, chercher et trouver de nouveaux clients	22.10.2012	8.30 – 17.00	210 €
ACHAT, LOGISTIQUE ET COMMERCE INTERNATIONAL			
S Réussissez toutes vos négociations d'achat	26.09. et 27.09.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Rédiger un contrat d'achat	19.10.2012	8.30 – 17.00	210 €
ORGANISATION ET SECRÉTARIAT			
S Die Managementassistentin im Office 2012: Sich selbst und andere	11.10. et 12.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Assistant(e)s de direction: Maîtrisez avec aisance la diversité de votre fonction	18, 19.10. et 26.10.2012	8.30 – 17.00	650 €
COMMUNICATION			
S Savoir communiquer face aux médias	24.09. et 25.09.2012	8.30 – 17.00	450 €
S Récupérer efficacement ses créances par téléphone	01.10.2012	8.30 – 17.00	210 €
S Gérez les clients difficiles en face-à-face	11.10. et 12.10.2012	9.00 – 17.00	420 €
S L'art de bien parler et de bien présenter son sujet pour conquérir son public	15., 16.10. et 12.11.2012	8.30 – 17.00	650 €
S Savoir communiquer face à un groupe	15.10. et 22.10.2012	8.30 – 17.00	450 €
S Gestion de la réclamation, du conflit au téléphone	17.10.2012	8.30 – 17.00	210 €
GESTION COMPTABLE ET FINANCIÈRE			
S Mieux contrôler et gérer les frais au quotidien	01.10. et 08.10.2012	14.00 – 18.00	210 €
S Pratique et enjeux des états financiers consolidés	03.10. et 04.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Modules avancés de la comptabilité informatisée avec BOB 50	09.10. et 10.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Savoir lire, comprendre et argumenter sur base d'un bilan et d'un compte de profits & pertes	15.10. et 16.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Connaissances et raisonnements comptables essentiels pour mieux analyser et dialoguer	16., 17.10. et 07.11.2012	8.30 – 17.00	600 €
FISCALITÉ			
S Application de la TVA: Les 5 questions à se poser	04.10. et 05.10.2012	8.30 – 17.00	420 €
S Déclaration de TVA	16.10.2012	8.30 – 17.00	210 €
DROIT			
S Droit des successions et des donations	01, 08, 15, 22 et 29.10.2012	18.30 – 20.30	375 €
S Droit du travail	09, 10, 16, 17 et 23.10.2012	18.30 – 20.30	375 €
S Droit contractuel	09, 11.10. et 16.10.2012	18.30 – 20.30	240 €
S Structures représentatives du personnel au niveau de l'entreprise	16.10.2012	08.30 – 12.30	150 €
S Immigration et droit du travail	17.10.2012	08.30 – 12.30	150 €
S Recouvrement judiciaire des créances	18.10.2012	18.30 – 20.30	75 €
SÉCURITÉ, SANTÉ ET ENVIRONNEMENT			
S L'amélioration de la gestion des déchets	05.10.2012	13.30 – 17.00	150 €
S Le livret sécurité et santé	25.10.2012	17.00 – 20.00	100 €
DÉVELOPPEMENT PERSONNEL			
S Sachez vous imposer et favoriser votre succès	22.10. et 23.10.2012	8.30 – 17.00	450 €
BUREAUTIQUE			
S Excel – Calculs avancés	03.10.2012	8.30 – 12.00	160 €
S Excel – Gestion des listes et tableaux croisés dynamiques (pivot tables)	03.10.2012	13.30 – 17.00	160 €
S PowerPoint – Initiation	10.10.2012	8.30 – 17.00	240 €
S Elaborez votre site Web pas à pas	08.10. et 09.10.2012	8.30 – 17.00	440 €
LANGUES			
S Perfectionnement en expression française – Rédaction	16.10. – 22.11.2012	13.00 – 14.30	210 €

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

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

Siège: 7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg

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

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





Luxembourg
School
for Commerce

LSC

Business Education & Training

Votre formateur pour la réussite

**Luxembourg School
for Commerce**



Programme de formation « LSC HIGHER EDUCATION »

INTITULÉ	PARTENAIRE(S)	DURÉE	CALENDRIER
FORMATIONS DIPLOMANTES			
Master in «Entrepreneurship and Innovation»	Université du Luxembourg	2 semestres	Date de début: 24/09/2012
Master in «Business Administration» (MBA)	EU FOM University for Economics & Management	4 semestres	Date de début: 01/09/2012
Bachelor in «Banking and Finance»	EU FOM University for Economics & Management	7 semestres	Date de début: 01/09/2012
Bachelor in «Business Administration»	EU FOM University for Economics & Management	7 semestres	Date de début: 01/09/2012
Bachelor in «International Management»	EU FOM University for Economics & Management	7 semestres	Date de début: 01/09/2012
NEW - Bachelor in «International Hospitality & Tourism Management»	BBI-Luxembourg, School of International Hospitality & Tourism Business	6 semestres	Date de début: 24/09/2012
FORMATIONS CERTIFIANTES			
GENERAL MANAGEMENT - Management skills pour cadres et dirigeants	HEC ULg Management School - University of Liege	15 jours	Date de début: 18/10/2012
MARKETING ET COMMUNICATION - Ateliers de marketing stratégique: Comment construire sa politique commerciale!	HEC ULg Management School - University of Liege	27 heures	Date de début: 10/11/2012
CAPITAL HUMAIN - Gestion des ressources humaines: Level 1 (Initiation)	ICN Business School Nancy-Metz	98 heures	Date de début: 22/09/2012
CAPITAL HUMAIN - Gestion des ressources humaines: Level 2 (Perfectionnement)	ICN Business School Nancy-Metz	98 heures	Date de début: 21/09/2012
COACHING ET MENTORING - Formation certifiante en coaching	ICN Business School Nancy-Metz	20 jours	Date de début: 27/09/2012
LEADERSHIP - Leadership & management de proximité	ICN Business School Nancy-Metz	8 jours	Date de début: 11/10/2012
INNOVATION, CREATIVITE ET PROPRIETE INTELLECTUELLE			
NEW - Stratégie d'entreprise : élaboration et challenges de mise en oeuvre	CRP Henri Tudor et Luxinnovation	2 jours	Date(s): 09, 10/10/2012
NEW - Customer driven innovation	CRP Henri Tudor et Luxinnovation	2 jours	Date(s): 19, 20/11/2012
NEW - Innovation et gestion du changement	CRP Henri Tudor et Luxinnovation	2 jours	Date(s): 05, 06/12/2012
NEW - Stratégie de dépôts de marques	Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur, CRP Henri Tudor et Luxinnovation	1 jour	Date(s): 18/10/2012
NEW - Stratégie de protection par le brevet	Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur, CRP Henri Tudor et Luxinnovation	1 jour	Date(s): 06/11/2012
NEW - Contrats de recherche et de développement	Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur, CRP Henri Tudor et Luxinnovation	1 jour	Date(s): 15/11/2012
NEW - Aspects financiers des droits de propriété intellectuelle	Ministère de l'Économie et du Commerce extérieur, CRP Henri Tudor et Luxinnovation	1 jour	Date(s): 29/11/2012

Découvrez notre offre de formation complète sur www.lsc.lu

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

Siège: 7, rue Alcide de Gasperi
Luxembourg-Kirchberg

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

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

BusinessMentoring

Patrick Hein: l'entrepreneuriat, un défi inédit

Fort de 15 années d'expérience dans le domaine de la relation clients, Patrick Hein a pris son envol en 2008, en créant la société in-edit, spécialisée dans l'éditique et actuellement basée au Technoport. Après 4 ans d'existence, Patrick Hein et son associé savent déjà que les défis ne manqueront pas ... car aujourd'hui, l'entreprise ouvre son capital aux investisseurs en vue de déployer ses solutions en Europe. Cet entrepreneur a d'ailleurs toujours été convaincu que leur approche innovante en matière de traitement de la documentation était une solution d'avenir, mais aussi que l'imagination, la créativité, l'esprit d'entreprise doivent être accompagnés et encouragés. Et quoi de mieux que le mentorat d'affaires pour soutenir la croissance des entrepreneurs innovants? En effet, Patrick Hein fait parti des «convertis», ayant déjà vécu une expérience de mentorat informelle, au sein d'un grand groupe américain; une relation avec son «mentor» de l'époque qui lui a ouvert les yeux sur son potentiel et aider à suivre une ligne directrice dans son évolution de carrière ... jusqu'à l'entrepreneuriat. Rencontre avec cet entrepreneur, qui a réussi sa transition d'employé à dirigeant d'entreprise.

Patrick, quand et comment vous est venue l'idée de vous lancer en affaires?

C'est un cheminement qui s'est fait plutôt naturellement, après 15 années

passées à relever des défis au sein de différentes sociétés. Ces expériences m'ont mis en confiance et donné le goût du challenge, mais c'est en 2008 que j'ai vraiment senti le besoin de franchir

le pas: après avoir investi une énergie considérable dans mes missions précédentes, j'avais envie de passer au niveau supérieur et de consacrer enfin cette énergie à ma propre société.

Mentorat et entrepreneurs innovants Construire une vision d'avenir

«Les échanges avec mon mentor m'ont permis de développer une réflexion de fond sur les stratégies de croissance à envisager.»

Patrick Hein - Mentoré 2011

DEVENEZ MENTORÉ!

SAVE THE DATE

LANCEMENT DE LA PROMOTION 2012 LE 28 NOVEMBRE
DE 18H30 À 20H00 À LA CHAMBRE DE COMMERCE
WWW.BUSINESSMENTORING.LU



PARCE QUE RIEN NE PEUT REMPLACER L'EXPÉRIENCE !

Comment avez-vous abordé le marché?

Depuis sa création en 2008, inedit a tout d'abord lancé et positionné sur le marché le progiciel PubliFlow®, dédié à la génération et à la personnalisation de document de masse tels que des factures et quittances. Grâce à cette approche innovante et au potentiel donné à ce type de document, de grands comptes du domaine des télécoms et de l'énergie nous ont rapidement fait confiance.

Quelles ont été vos plus grandes difficultés mais aussi vos plus grandes sources d'enrichissement jusqu'ici?

Je crois que la constitution du portefeuille clients et la prospection auprès de comptes de toute taille et tout type – privés comme institutionnels – a été notre plus grand défi: lorsque l'on cogère son propre projet et ceci dans une structure beaucoup plus modeste que ce que l'on a connu jusqu'à présent, on est toujours tiraillé par le besoin de convaincre. En ce sens, c'était un réel challenge de partir de rien, ou de presque rien, tout en ayant l'objectif de devenir un prestataire de choix, avec de solides références. Je dois dire que si cette démarche n'a pas toujours été aisée, elle a été source d'un véritable enrichissement personnel, dans la mesure où j'ai appris à me servir d'autres éléments dans la construction de la relation client. Le résultat est d'autant plus satisfaisant pour nous comme pour nos clients, puisque nous basons notre relation sur une vraie valeur ajoutée de produits et de services, et pas uniquement sur une réputation, valable ou pas, de grands noms de prestataires.

Votre structure est aujourd'hui en développement, après une période de maturation assez longue. Peut-on dire que vous avez définitivement passé le stade de start-up? Quels sont les nouveaux projets en cours au niveau des produits, services, partenariats ...?

Tout d'abord, je dois dire que l'appellation de «start-up» a parfois joué en notre défaveur, dans la mesure où elle est associée, bien souvent à tort d'ailleurs, à une prise de risque considérable, alors que nous avons toujours eu

une politique de croissance mesurée. Toujours est-il qu'aujourd'hui, le stade de start-up est effectivement passé car nos solutions sont installées, utilisées et que leur valeur ajoutée est désormais reconnue.

Après une très bonne expérience avec notre premier progiciel PubliFlow®, nous proposons actuellement un second progiciel qui apporte une réelle solution à la problématique des documents et des publications hautement structurées. La solution Camele'on® est une véritable révolution notamment pour des institutions, cabinet d'affaires ou fiduciaires, car il s'agit d'un outil très dynamique, qui s'automatise en fonction des activités spécifiques de nos clients, tout en assurant une consistance sans faille et une présentation très harmonisée. Nous sommes d'ailleurs en train de développer plusieurs partenariats, Camele'on pouvant se coupler avec des systèmes intégrés de gestion de la relation client (CRM) et de planification des ressources de l'entreprise (ERP), apportant ainsi des solutions très compétitives en matière d'exploitation d'informations relatives aux activités et aux clients de nos clients.

Dans le même temps, nous abordons un nouveau stade de croissance, avec l'ouverture de notre capital à un ou plusieurs investisseurs. Dans la mesure où la compétitivité de nos produits et services n'est plus à prouver, nous aimerions effectivement mettre l'emphase sur un déploiement de nos activités dans d'autres pays européens.

Le fait d'avoir eu un mentor dans cette phase de transition vous a-t-il amené à modifier votre stratégie d'entreprise, si oui, de quelle façon?

Le mentor m'a principalement apporté deux éléments importants dans ces phases de transition; le premier étant l'opportunité de prendre du recul par rapport au stress et aux automatismes du quotidien, et ceci afin de pouvoir avoir une meilleure réflexion de fond sur les stratégies futures à envisager; le deuxième élément étant le retour d'expérience de mon mentor – ses réussites comme ses échecs – afin de bien pouvoir cerner tous les éléments à prendre en considération lorsqu'on entre en phase de prise de décision stratégique.

Comment percevez-vous votre relation mentorale?

Cette relation mentorale s'effectue et s'est effectuée dans un cadre de sérénité et de réflexion vraiment stratégique. De plus, cette relation a pu se dérouler dans une ambiance de sympathie et de confiance mutuelle, éléments importants pour pouvoir parler de tout, et notamment de tout ce qui importe en vue d'atteindre les objectifs fixés ensemble au début de la relation de mentorat.

Avec un recul de quelques mois, diriez-vous que le programme BusinessMentoring a su répondre aux besoins que vous aviez en le rejoignant?

Chaque entrepreneur a des besoins et attentes spécifiques quant au mentorat; pour cette raison, il faut réaliser une «introspection» avant de postuler au programme. Pour ma part, cette réflexion de fond m'a permis d'identifier clairement mes besoins et ainsi d'être mis en relation avec le mentor le plus à même de répondre à ma problématique. Douze mois plus tard, je crois pouvoir dire que cette expérience m'a apporté entière satisfaction, dans la mesure où elle m'a permis d'atteindre les objectifs que je m'étais initialement fixés, et notamment d'être conforté dans ma prise de décision, à un moment où l'entreprise est en passe de franchir un nouveau cap de croissance.

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, a tenté de répondre lors de son intervention le 3 juillet 2012, à l'occasion du lunch meeting organisé dans le cadre du projet FEALU, et qui a rassemblé une quarantaine de personnes. Madame Letsch a notamment abordé la question des enjeux de la diversité en entreprise comme de véritables moteurs de développement pour les entrepreneur(e)s. Cet événement, co-organisé et soutenu par la Chambre de Commerce, s'est terminé par un lunch, au cours duquel les participants ont pu échanger leur point de vue sur le sujet.

Communiqué par la FEALU ■



Le réseau FEALU

Le Réseau Européen des Ambassadrices de l'Entrepreneuriat Luxembourgeois ou FEALU (Female Entrepreneurship Ambassadors Luxembourg) s'inscrit dans le cadre du projet Femmes Ambassadrices de l'Entrepreneuriat de la Commission européenne, qui vise à promouvoir l'entrepreneuriat féminin et à faire évoluer les mentalités en Europe.

Au Luxembourg, l'initiative est coordonnée par la Fédération des Femmes Cheffes d'Entreprise du Luxembourg (FFCEL), en collaboration avec la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg, et avec le soutien du ministère des Classes moyennes et du Tourisme, du ministère de l'Égalité des chances et du ministère de l'Économie et du Commerce extérieur.

Le réseau FEALU regroupe 11 femmes chefs d'entreprises fortes de leur expérience et de leur succès qui font campagne sur le terrain pour encourager d'autres femmes- notamment des femmes en début de carrière, en quête de reconversion professionnelle mais aussi des porteuses de projet et étudiantes- à créer leur propre entreprise. Dans ce cadre, des lunch-meetings thématiques, d'accès gratuit, sont régulièrement proposés.

Informations complémentaires sur www.fea.lu et agenda événementiel sur www.ffcel.lu. ■

Fédération des Femmes Cheffes d'Entreprise du Luxembourg (F.F.C.E.L.):

Construction et développement durable: par passion ou par raison?

Conférence le mardi 2 octobre 2012 à 18h30 au Cercle Cité, place d'Armes à Luxembourg

18h30: Accueil

19h00: Allocution de bienvenue par Véronique Coulon, membre du Conseil d'Administration de la F.F.C.E.L., C.E.O. de LUX DECOR PEINTURE

19h10: Madame Hetto, ministre de l'Égalité des Chances, ministre des Classes moyennes et du Tourisme

19h30: Monsieur Wiseler, ministre du Développement durable et des Infrastructures: «Le Luxembourg et le développement durable»

19h50: Monsieur Camille Gira, député, bourgmestre de la commune de Beckerich: «Pratiques environnementales dans la commune de Beckerich»

20h10: Madame Françoise Folmer, architecte, BIL Woman Business Manager of the Year Award 2011

20h30: Mot de la fin et walking dinner

Cet événement sera aussi l'occasion de mettre à l'honneur les femmes membres de la F.F.C.E.L., travaillant dans le domaine de la construction. Pour tout renseignement et inscription avant le 25 septembre: www.ffcel.lu.



13-28 novembre 2012

Journées Création et Développement 2012

Organisées conjointement par la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers et soutenues par le ministère de l'Économie et du Commerce extérieur et le ministère des Classes moyennes et du Tourisme, les Journées Création et Développement d'entreprises 2012 se dérouleront cette année du 13 au 28 novembre. Elles débiteront notamment par la tradition-

nelle Nocturne (concept de rendez-vous préprogrammés de vingt minutes entre entrepreneurs et conseillers) qui aura lieu le mardi 13 novembre 2012 de 17h00 à 21h00 dans les locaux de la Chambre des Métiers et offriront un panel de conférences, tables rondes et workshops.

Parmi ces manifestations, la Chambre de Commerce proposera des conférences

interactives sur les thèmes de la stratégie d'entreprise et de la gestion des ressources humaines, ainsi qu'une table ronde sur la transmission d'entreprise transfrontalière. Les Journées se clôtureront par la soirée de présentation des Mentors 2012 qui aura lieu le 28 novembre dans les locaux de la Chambre de Commerce en présence de madame la ministre Hetto-Gaasch.

Plus d'informations et inscription prochainement sur www.journees.lu – Participation gratuite

Seed4Start

Lancement de la 1^{re} plate-forme interrégionale d'investissements privés en Grande Région

Seed4Start est la nouvelle plate-forme interrégionale d'investissements privés en Grande Région, lancée en septembre 2012. Elle a pour mission la mise en relation entre

entreprises innovantes (start-ups de moins de 5 ans) et investisseurs privés en Grande Région.

Initiée par Business Initiative A.s.b.l. en tant que coordinateur du projet, elle

a la particularité d'être gérée en collaboration avec 4 partenaires, réseaux de Business Angels et structures d'accompagnement à la levée de fonds fortement ancrés dans leurs régions:

CCI O2 Bilan (dispositif d'aide au financement au capital risque créé par les Chambres de commerce et d'industrie lorraines), BeAngels (réseau de Business Angels en Région Wallonne et Région de Bruxelles), LBAN (réseau de Business Angels au Luxembourg) et Ader Investissement (société de capital risque de proximité en Lorraine).

Pour Frédérique Gueth, manager de Business Initiative, Seed4Start s'inscrit dans une suite logique du Parcours de Business Plans 1,2,3 GO: «En effet, une fois le Business Plan en main, de nombreux entrepreneurs éprouvent des difficultés à accéder à des financements. D'autre part, de nombreux investisseurs privés sont à la recherche de start-ups innovantes et prometteuses pour placer leurs capitaux, et appréhendent d'investir sur les pays voisins. Seed4Start répond donc à un double besoin d'organisation et de professionnalisation de ce «marché», et ouvre des opportunités d'affaires au-delà des frontières.»

Seed4Start a pour **objectifs** de:

- maximiser les chances de réussir une levée de fonds pour les entrepreneurs innovants en Grande Région,
- dynamiser l'activité des investisseurs privés (business angels et autres) à l'échelle de la Grande Région,
- fluidifier et amplifier les investissements et co-investissements transfrontaliers,
- devenir un observatoire privilégié sur le financement des PME innovantes en Grande Région.

Afin d'atteindre ces objectifs, Seed4Start a pour ambition de:

- rassembler chaque année une masse critique de projets innovants à fort

potentiel afin d'apporter une offre de qualité aux investisseurs,

- partager avec les entrepreneurs et investisseurs les meilleures pratiques, les former et les informer,
- réaliser une sélection rigoureuse et constructive des meilleurs projets,
- organiser une fois par an la mise en relation entre start-ups innovantes et investisseurs (Seed4Start Pitching Day).

Seed4Start proposera un **accompagnement gratuit** à la levée de fonds pour entrepreneurs et investisseurs privés grâce à l'organisation d'événements et de workshops, complétée par des séances de coaching individuelles et collectives.

Afin de présenter l'initiative au grand public et d'annoncer l'appel à projets, des **événements kick-off** sont prévus partout en Grande Région: le 28 septembre à Nancy en Lorraine, le 9 octobre au Luxembourg et le 11 octobre à Louvain-la-Neuve en Belgique.

Pour participer à Seed4Start, les entrepreneurs innovants sont invités à s'inscrire sur le site web **www.Seed4Start.org**. Après une première présélection, les projets retenus seront encadrés afin de préparer une levée de fonds réussie.

Concrètement, les porteurs de projets sélectionnés auront l'occasion de participer à des **journées de formation** et à des **workshops** leur permettant de peaufiner leur Business Plan, de se préparer au Pitch pour présenter leur projet devant des business angels, de s'affûter à la négociation avec des investisseurs, de s'initier aux techniques de financement et de levée de fonds et de mieux comprendre la problématique du financement transfrontalier.

En parallèle, à partir de la mi-novembre, des **investisseurs privés** en Grande Région et au-delà pourront participer à des événements destinés à les familiariser aux questions de valorisation et de sélection d'opportunités d'investissement, à la gouvernance d'entreprise, aux bonnes pratiques et à l'éthique en matière d'investissements privés ainsi qu'aux problématiques d'investissements transfrontaliers (entre autres aux questions juridiques et fiscales).

Seed4Start a pour objectif de présenter aux investisseurs une sélection d'opportunités d'investissements prometteuses en Grande Région. Pour garantir la qualité des projets, Seed4Start s'appuiera sur le savoir-faire de ses membres (CCI O2Bilan, BeAngels, Ader Investissement, LBAN), en assurant un processus strict d'analyse et de sélection de dossiers et une préparation rigoureuse des entrepreneurs.

La première édition de Seed4Start culminera ainsi dans un forum inter-régional d'investissements, le «**Seed4Start Pitching Day**» prévu pour janvier 2013. Lors de ce forum, les entrepreneurs ayant été accompagnés et sélectionnés par un jury final auront l'occasion de se présenter devant un large panel d'investisseurs. Des entretiens individuels et confidentiels rythmeront également la journée.

Par la suite, le forum d'investissement sera organisé chaque année dans une autre région de la Grande Région, le deuxième étant prévu pour décembre 2013.

Seed4Start est cofinancé par le Fonds européen de développement régional dans le cadre du programme INTERREG IV A Grande Région.

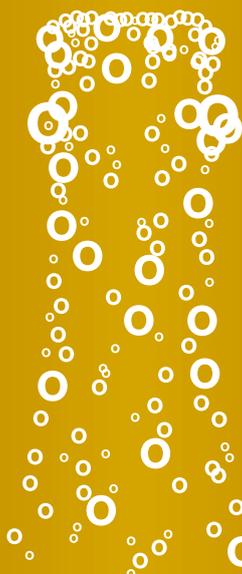
Seed4Start – Appel à Projets:

Votre start-up innovante a moins de 5 ans, vous disposez d'un business plan solide et vous êtes à la recherche d'investisseurs?

Alors envoyez un email à Seed4Start@cc.lu avant le 20 novembre 2012 afin de vous préinscrire, de bénéficier d'un accompagnement gratuit pour préparer votre Elevator Pitch et d'être mis en relation avec des investisseurs privés en Grande Région!

A vos Agendas: Kick-Off Event Seed4Start le 9 octobre 2012 au Cercle-Cité à Luxembourg

Plus d'informations prochainement sur www.Seed4Start.org



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

Luxembourg Innovation Masterclass 2012

Innovation de rupture: apprendre à créer un marché dont vous êtes la référence

L'importance de l'innovation n'est plus à démontrer, elle occupe depuis plusieurs décennies une place primordiale dans les dynamiques concurrentielles. Cependant face à la diminution du cycle de vie des produits, à l'augmentation de l'exigence des clients et à la croissance des coûts dans de nombreux secteurs, les entreprises et organisations sont fortement incitées à innover de plus en plus largement et de plus en plus rapidement. Or pour ce faire, elles doivent déployer de nouvelles méthodologies. La Luxembourg Innovation Masterclass, organisée chaque année par Luxinnovation, met un point d'honneur à répondre à ce besoin. La nouvelle édition, programmée les 24 et 26 octobre prochains, sera animée par le professeur Keith Goffin, professeur en innovation et développement de nouveaux produits et services à l'École de Management de l'université de Cranfield (GB).

■ Une formule gagnante

Lancée en 2010 par Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, la Luxembourg Innovation Masterclass s'est depuis imposée comme événement de référence

en matière de management de l'innovation. Forte du succès des éditions précédentes, la formule reste inchangée: une Open Lecture suivie d'un séminaire donné par un orateur reconnu sur le plan international pour ses travaux de recherche en innovation.

Comme chaque année, la Luxembourg Innovation Masterclass est soutenue par des entreprises pour qui la gestion de l'innovation est fondamentale. La société Ceratizit s'ajoute aux entreprises déjà partenaires l'an passé, Goodyear, Hitec et IEE. «Nous avons souhaité coller au maximum aux attentes des entreprises et c'est pourquoi le concept de la Luxembourg Innovation Masterclass connaît un tel succès chaque année. Elle propose une formation double, une conférence ouverte à tous en guise d'introduction générale en termes d'innovation de produit et services suivie d'une session de perfectionnement, limitée à une vingtaine de personnes, animée par un expert reconnu», explique Dr. Gaston Trauffer, responsable de la gestion de l'innovation et de la promotion du design chez Luxinnovation. «La venue au Luxembourg du professeur Goffin est une opportunité pour les entreprises luxembourgeoises de

s'inspirer d'autres modèles de management de l'innovation. Au regard de la concurrence quotidienne à laquelle elles doivent faire face, l'ouverture à d'autres modes de fonctionnement les aidera à renforcer plus efficacement leur capacité à innover».

■ Identifier les besoins «cachés et non exprimés» de ses clients

Alors que l'effort était essentiellement porté sur le renouvellement rapide et la standardisation classique des produits, on constate aujourd'hui l'émergence de nouvelles stratégies d'innovation plus radicales. Le professeur Goffin abordera dans le cadre de l'Open lecture, l'innovation dite «de rupture», basée sur les besoins non exprimés des clients et évoquera les démarches pour déployer de nouvelles méthodes d'innovation. Le développement de nouveaux produits et services nécessite une parfaite connaissance des besoins de ses clients. «Les entreprises ont tendance à se lancer dans de multiples études de marché. Or ces méthodes sont parfois trop traditionnelles pour pouvoir saisir les besoins cachés des clients, besoins souvent ignorés par les clients eux-mêmes», explique le professeur Goffin. ■

Le professeur Keith Goffin

Le professeur Keith Goffin est directeur du «Centre for Innovative Products and Services» (CIPS) et professeur en innovation et développement de nouveaux produits et services à l'École de Management de l'université de Cranfield (GB). Il possède une vaste expérience en développement de produits tant dans le secteur industriel que dans le domaine académique. Le professeur Goffin compte à son actif 14 années d'expérience, en marketing et développement de nouveaux produits, passées au sein de Hewlett Packard (HP) Medical Products Group. Les entreprises Ford et NCR ont par ailleurs appliquées les résultats de ses recherches menées dans le cadre de son doctorat. A l'université de Cranfield, il enseigne les MBA et les programmes universitaires. Il est également «professeur invité» dans des Ecoles de management en France, Italie, Allemagne, Suède, Corée et Malaisie. Il porte un grand intérêt pour les stratégies d'innovation et les connaissances pratiques acquises au travers de projets en matière de recherche et d'innovation. Auteur de nombreux articles et de plusieurs livres, le professeur Goffin intervient régulièrement comme consultant en gestion d'innovation en entreprises, tels que Agilent Technologies, BASF, British Telecom, HSBC, Leyland-Trucks, Rank-Xerox, Sony et Unilever. En mai 2011, le professeur Goffin a reçu la distinction de «Financial Times Professor of the Week» pour son travail sur l'identification des besoins cachés des clients. ■



■ Programme

Conférence sur la gestion de l'innovation	24 octobre 2012 18h00 – 19h45
<p>Open Lecture: «Beyond the Voice of the Customer-Creating Break-through Products»</p> <p>De nombreux gestionnaires espèrent que leurs produits et services innovants connaissent le même succès que l'iPod ou l'iPhone. Malheureusement, la réalité est bien différente et la plupart des entreprises se démènent pour trouver de nouveaux concepts. Des milliers de nouveaux produits sont présentés chaque année dans le monde entier. Pourtant, très peu survivent sur le marché. Quelles sont les raisons de l'échec d'un produit et quelles mesures les entreprises peuvent-elles prendre pour l'éviter?</p>	<p>Public cible: les professionnels intéressés par l'utilisation des technologies et de l'innovation pour améliorer leur compétitivité</p> <p>Durée: 1h30 suivi d'un cocktail</p> <p>Participation: Gratuite – inscription obligatoire sur www.innovation-masterclass.lu</p> <p>Langue: anglaise</p>
Séminaire et cas pratiques	26 octobre 2012 08h30 – 17h00
<p>Séminaire: «Identifying Hidden Needs – New Methods of Market Research»</p> <p>L'identification claire des besoins de sa clientèle est un élément fondamental dans le succès d'une innovation. Avec l'évolution de la société, certaines méthodes d'études de marché ne semblent plus faire leurs preuves (sondages, groupes de discussions ...). Le séminaire approfondira deux nouvelles méthodologies à disposition des entreprises pour collecter les informations vitales au développement de leurs innovations.</p>	<p>Public cible: CEOs, CTOs, managers et ingénieurs, manager marketing, vente et produit</p> <p>Durée: une journée incluant pause-café, déjeuner et Networking Cocktail</p> <p>Participation: 450 EUR/participant – inscription obligatoire sur www.innovation-masterclass.lu</p> <p>Langue: anglaise</p>

Programme détaillé et inscription sur www.innovation-masterclass.lu

Pour plus d'informations concernant l'édition 2012 de la Luxembourg Innovation Masterclass, veuillez contacter:

Luxinnovation GIE, Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche

Dr. Gaston Trauffer, responsable Gestion de l'innovation et promotion du design

E-mail: gaston.trauffer@luxinnovation.lu – www.luxinnovation.lu

Partenaires de la Luxembourg Innovation Masterclass 2012: Ceratizit/Goodyear/Hitec Luxembourg/IEE

SuperDrecksKëscht

Éliminer les emballages de substances nocives utilisés dans le cadre de la construction et de la rénovation dans le respect de l'environnement

Aujourd'hui, il va de soi que les résidus de peintures, de glaces, de peintures protectrices, de matériaux d'étanchéité, de solvants, de produits chimiques pour le traitement de surfaces, etc. dans les entreprises spécialisées sont éliminés dans le respect de l'environnement. Mais qu'en est-il des emballages, c'est-à-dire les récipients dans lesquels sont conditionnés tous ces produits.

■ Les produits utilisés contiennent-ils des polluants?

Les récipients contenant des substances dangereuses sont faciles à recon-

naître grâce à leurs symboles indiquant le danger. Selon le nouveau système global harmonisé (SGH), ce sont des losanges placés sur la pointe avec un contour rouge.

- la flamme pour les matières facilement inflammables;
- la tête de mort pour les substances toxiques;
- le point d'exclamation pour les produits irritants (par ex. irritations des voies respiratoires);
- la silhouette pour les substances globalement nocives;

Les anciens symboles de danger de l'UE en orange tels que le X (croix de

St. André) pour «nocif» ou «irritant» étaient encore valables pendant une période transitoire (jusqu'au 30/11/2011) pour les substances pures (jusqu'au 31/05/2015 pour les préparations).

A noter que les produits sans symbole de danger, ainsi que les produits «bio» ou «écologiques» peuvent, eux aussi, porter atteinte à la santé lorsque les consignes de sécurité ne sont pas respectées.

■ Que faire des récipients vides?

Des résidus des composants nocifs adhèrent en général aux récipients de substances dangereuses, même



lorsqu'ils sont vides. Ces résidus peuvent entraîner des réactions dangereuses. De petites quantités résiduelles de substances inflammables (par ex. des solvants) peuvent former des mélanges de vapeur et d'air extrêmement explosifs sous l'effet d'une étincelle. C'est la raison pour laquelle les récipients «vides» doivent être collectés séparément et éliminés. Ceci s'applique autant aux récipients en métal qu'aux emballages en plastique. Les récipients vides avec symbole de substance dangereuse doivent dans tous les cas être traités comme des emballages de produits polluants. Les collecteurs ayant le label de qualité de la SuperDrecksKëscht fir

Betrieb et d'autres entreprises d'élimination agréées par l'Administration de l'Environnement n'acceptent pas ces emballages aux fins de valorisation.

Les récipients totalement propres ou les récipients vides ayant contenu des substances moins problématiques peuvent le cas échéant être collectés et recyclés. **Attention: respectez les consignes inscrites sur l'étiquette ou la fiche de données!** Si vous avez le moindre doute, faites éliminer le récipient comme emballage pollué – mieux vaut prévenir que guérir – non seulement pour votre sécurité, mais aussi pour celle des employés des entreprises d'élimination et de traitement des déchets.

■ Qu'advient-il des récipients?

Les emballages d'acides, d'alcalins et autres produits chimiques doivent faire l'objet d'un traitement thermique, étant donné que leurs composants interdisent tout recyclage. C'est notamment le cas de la plupart des plastiques utilisés, le contenu pouvant se diffuser dans l'emballage en plastique. Les emballages en métal contenant le plus souvent des peintures, des laques et des solvants sont traités de manière à ce que l'emballage en soi puisse être recyclé; les produits résiduels, quant à eux, font également l'objet d'un traitement thermique. ■

Conseils:

Il existe en général des options plus écologiques pour les emballages de peintures, de glacis, de peintures protectrices, de matériaux d'étanchéité, de solvants, de produits chimiques pour le traitement des surfaces. Utilisez des produits peu ou non polluants, également dans l'intérêt de vos employés! Privilégiez les produits labellisés. Parlez-en à votre fournisseur.

De même pour les emballages vides de produits polluants: veillez à ce que les emballages soient étiquetés soigneusement et stockez-les de manière à tenir compte de toutes les consignes de sécurité.

Ne confiez en aucun cas les emballages en métal de produits polluants à des collecteurs non agréés («ferrailleurs»).

Pour plus de conseils, veuillez vous adresser à la SuperDrecksKëscht® fir Betrieb, Tél.: (+352) 488 216 -1 ■

Vous êtes dirigeant d'entreprise ?



Et si un mentor vous aidait à préparer la relève ?

Les entrepreneurs sont des femmes et des hommes d'action, qui consacrent toute leur énergie au développement de leur entreprise. Mais le succès d'une entreprise dépend aussi largement de la capacité du dirigeant à bien s'entourer de femmes et d'hommes d'expérience pour devenir un bon gestionnaire. Or l'expérience ne s'achète pas... Business Mentoring est un réseau de mentors expérimentés qui aident bénévolement les dirigeants d'entreprise à mieux préparer la relève !

N'ATTENDEZ PLUS ! FAITES DÈS AUJOURD'HUI APPEL À UN MENTOR !

WWW.BUSINESSMENTORING.LU



PARCE QUE RIEN NE PEUT REMPLACER L'EXPÉRIENCE !



STATEC

Effondrement de la productivité du travail au Luxembourg

Sur la période 2007-2010, la productivité du travail a baissé de 8,8 % au Grand-Duché de Luxembourg contre seulement 1,4 % dans la zone euro. Pour toutes les branches marchandes de l'économie, à l'exception des transports et communications, l'évolution de la productivité sur cette période est plus défavorable au Luxembourg qu'en zone euro. Dans les deux secteurs phares de l'économie luxembourgeoise, à savoir dans la métallurgie et le secteur financier, la baisse de la productivité a été particulièrement forte.

Fin juillet 2012, le STATEC a procédé à la publication d'une analyse comparative de la productivité apparente du travail au Luxembourg, ainsi que dans la zone euro depuis le début de la crise¹. Cette étude fait état d'une chute inquiétante de la productivité apparente du travail, c'est-à-dire du rapport entre la valeur ajoutée brute en volume et l'emploi.

Selon le STATEC, une des raisons de cette divergence est la baisse plus impor-

tante, au Luxembourg que dans la zone euro, de l'activité dans les deux secteurs phares de l'économie, à savoir les secteurs des banques et de la métallurgie. Le manque de main-d'œuvre qualifiée dans la Grande Région et le maintien en emploi qui en résulte ont également contribué à la baisse plus forte de la productivité au Luxembourg. Le STATEC estime en effet qu'«avec la reprise de l'activité (à partir de la mi-2009) les sureffectifs auraient progressivement dû diminuer

dans les entreprises. Force est de constater qu'en 2010 et 2011, l'emploi a crû rapidement, de sorte que les gains de productivité ont été modestes et n'ont pu aucunement effacer les pertes observées en 2008 et 2009». En synthèse, la baisse de la productivité du travail a été le résultat d'une baisse plus forte et plus rapide de l'activité que de l'emploi, ce dernier étant normalement en retard sur l'activité. En d'autres termes, et malgré la progression importante du chômage, l'emploi luxem-

¹ Economie et Statistiques – Working paper du STATEC n° 60: «Analyse comparative de la productivité apparente du travail Luxembourg/zone euro depuis le début de la crise», juillet 2012.

bourgeois a, jusqu'à présent, plutôt bien résisté à la baisse du niveau d'activité; un constat qui ne restera pas nécessairement valable demain, et ce d'autant plus que le ralentissement économique se prolonge.

Le STATEC rappelle, par ailleurs, que le Luxembourg connaît depuis longtemps un niveau de productivité supérieur à celui de ses voisins et des autres pays européens, ce qui a probablement entraîné un certain effet de convergence.

Au Luxembourg, la baisse de la productivité a toutefois été beaucoup plus importante que dans les autres pays de la zone euro. Pire encore, alors que la productivité est revenue aux niveaux d'avant-crise au cours de 2010-2011 dans les autres pays européens, le Luxembourg se trouve à un niveau de productivité plus faible qu'en 2007.

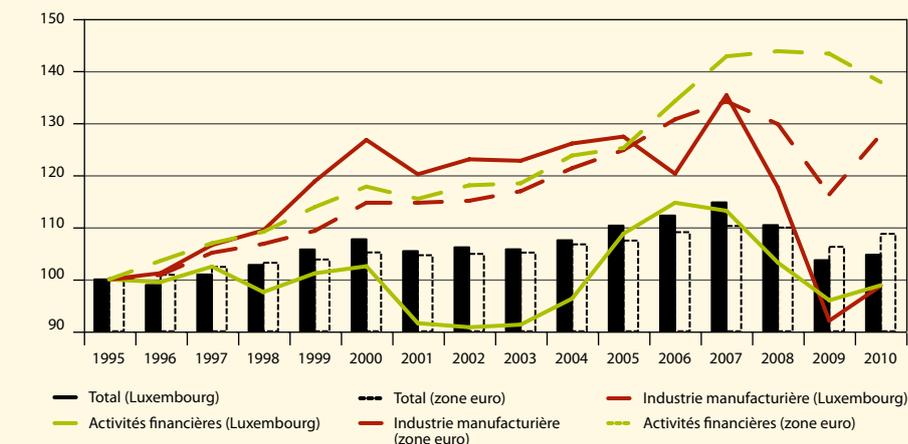
■ La productivité dans l'industrie sous pression

La productivité dans l'industrie manufacturière luxembourgeoise, qui par le passé était l'une des plus élevées en Europe, tombe, en seulement deux années, en-dessous de la moyenne de la zone euro: elle baisse de 27 % entre 2007 et 2010, contre seulement 4,8 % dans la zone euro. La dégradation de la productivité s'observe pour presque toutes les branches industrielles. Comme la métallurgie constitue toujours une part importante de l'industrie luxembourgeoise, elle explique à elle seule les deux tiers de l'écart d'évolution de la productivité dans l'industrie et un cinquième de l'écart d'évolution globale de la productivité.

■ Le moteur de croissance du secteur financier s'essouffle

Tout comme pour l'industrie manufacturière, la productivité dans le secteur financier, regroupant les banques, les assurances et les autres professionnels du secteur financier (PSF), baisse également plus fortement entre 2007 et 2010 au Grand-Duché de Luxembourg (-12,7 %) que dans la zone euro (-3,5 %).

Une autre explication de la perte plus importante de productivité par rapport à la zone euro pourrait être la forte pondération des banques dans le secteur financier luxembourgeois. En effet, l'intermédiation financière a connu une perte de productivité importante entre 2007 et 2010 alors qu'elle a continué à s'améliorer



Source: Working paper n° 60 du STATEC, calculs de la Chambre de Commerce

rer dans les assurances et les auxiliaires financiers et d'assurance.

■ Aperçu de l'évolution de la productivité entre 1995 et 2010

Après le passage en revue des tendances lourdes relatives à la période de ralentissement économique 2007-2010, le graphique ci-après illustre l'évolution de la productivité par tête au Luxembourg et dans la zone euro entre 1995 et 2010 (indice en base 100 en 1995).

Les lignes pointillées représentent, pour chacune des trois séries du graphique, à savoir l'économie totale (histogramme), l'industrie manufacturière (ligne rouge) et les activités financières (ligne verte), l'évolution de la productivité en zone euro. Les lignes solides, quant à elle, représentent la même évolution au Grand-Duché.

Il apparaît aisément à la lecture du graphique que l'évolution de la productivité a également été significativement plus défavorable au Luxembourg qu'en moyenne de la zone euro sur cette période plus longue (de 1995 à 2010). En premier lieu, la productivité a progressé de 9 % en zone euro au niveau de l'économie globale (indice 109 en 2010), alors qu'au Luxembourg, l'évolution n'a été que de 5 % (indice 105 en 2010).

Dans le secteur industriel, l'ensemble de la zone euro fait état d'une amélioration de 28 % de la productivité par personne entre 1995 et 2010. Au Luxembourg, pendant la même période, la productivité a reculé de 1 %. Ainsi, sur l'ensemble de cette période, le déficit de productivité du travail cumulé du Luxembourg par rapport à la moyenne de la zone euro a été de 29 %. En termes

absolus, la valeur ajoutée par personne, exprimée en milliers EUR, passe de 43,99 milliers EUR en 1995 à 56,29 milliers EUR en 2010 en zone euro, alors que pendant la même période, la valeur réelle produite par personne baisse, au Luxembourg, de 54,95 milliers EUR en 1995 à 54,28 milliers EUR en 2010. En d'autres termes, alors que l'output par personne dans le secteur industriel au Luxembourg a encore dépassé, en 1995, la valeur moyenne de la zone euro de l'ordre de 25 %, en 2010, la productivité par personne au Luxembourg est inférieure de 3,5 % à la valeur de référence en zone euro.

A l'échelle du secteur financier, *in fine*, les entreprises concurrentes en zone euro ont pu se prévaloir d'une progression de 38 % au niveau de la productivité par tête, les prestataires luxembourgeois accusant un repli de 1 %, soit une chute de compétitivité équivalente de 39 % exprimée en termes de valeur ajoutée par personne. En termes absolus toutefois, la productivité per capita dans le secteur financier luxembourgeois (186,3 milliers EUR) continue de dépasser celle enregistrée en moyenne dans la zone euro (103,9 milliers EUR), bien que l'écart se soit significativement rétréci (de +150 % en 1995 à +79 % en 2010).

Ces quelques évolutions montrent à quel point les secteurs phares de l'appareil de production luxembourgeois ont été affectés par la crise. La dissociation continue entre l'évolution du coût salarial, à travers le truchement des automatismes réglementaires, et la productivité du travail ne contribue nullement à rectifier cette évolution préoccupante.

Evolution économique récente au Luxembourg et en Europe

Le PIB de la zone euro et celui de l'UE27 en baisse de 0,2 % au 2^e trimestre 2012

Au cours du 2^e trimestre 2012, le PIB de la **zone euro** et celui de l'**UE27** ont baissé de 0,2 % par rapport au trimestre précédent, selon les estimations rapides publiées par **Eurostat**, l'**office statistique de l'Union européenne**. Au cours du premier trimestre 2012, le taux de croissance avait été de 0,0 % dans les deux zones.

En comparaison avec le même trimestre de l'année précédente, le PIB corrigé des variations saisonnières a enregistré une baisse de 0,4 % dans la **zone euro** et de 0,2 % dans l'**UE27** au cours du 2^e trimestre 2012, contre respectivement 0,0 % et +0,1 % au trimestre précédent.

Au cours du 2^e trimestre 2012, le PIB des **Etats-Unis** a progressé de

0,4 % par rapport au trimestre précédent (après +0,5 % au premier trimestre 2012). Au **Japon**, le PIB a augmenté de 0,3 % (après +1,3 %). Par rapport au même trimestre de l'année précédente, le PIB des **Etats-Unis** a augmenté de 2,2 % (après +2,4 % au trimestre précédent) et celui du **Japon** de 3,6 % (après +2,8 %).

Evolution économique récente au Luxembourg en comparaison internationale

	% de variation p.r. au trimestre précédent				% de variation p.r. au même trimestre de l'année précédente			
	2011		2012		2011		2012	
	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2
Zone euro	0,1	-0,3	0,0	-0,2	1,3	0,7	0,0	-0,4
UE17	0,2	-0,3	0,0	-0,2	1,4	0,8	0,1	-0,2
Belgique	0,0	-0,1	0,2	-0,6	1,4	0,9	0,4	-0,4
Allemagne	0,4	-0,1	0,5	0,3	2,7	1,9	1,2	1,0
France	0,3	0,0	0,0	0,0	1,5	1,2	0,3	0,3
Luxembourg	1,7	0,1	-1,5	n.d	2,5	1,0	0,0	n.d

Source: EUROSTAT, communiqué de presse 119/2012 du 14 août 2012

EUROSTAT

Minimum wages on the European Union

This article illustrates how minimum wage levels – established by national legislation or directly by national intersectoral agreements – vary considerably among European Union (EU) Member States and within the euro area; it also provides a comparison with the situation in Croatia, Turkey and the United States.

Minimum wage statistics published by EUROSTAT refer to monthly national minimum wages.

The national minimum wage usually applies to all employees, or at least to a large majority of employees in the country. Minimum wages are gross amounts, that is, before deduction of income tax and social security contributions. Such deductions vary from country to country. The national minimum wage is enforced by law, often after consultation with the social partners, or directly by national intersectoral agreement.

Main findings

In July 2012, 20 of the EU's 27 Member States (Belgium, Bulgaria, the Czech Republic, Estonia, Ireland, Greece, Spain, France, Latvia, Lithuania, **Luxembourg**, Hungary, Malta, the Netherlands, Poland, Portugal, Romania, Slovenia, Slovakia, and the United Kingdom), Croatia and Turkey had national legislation setting a minimum wage by statute or by national intersectoral agreement.

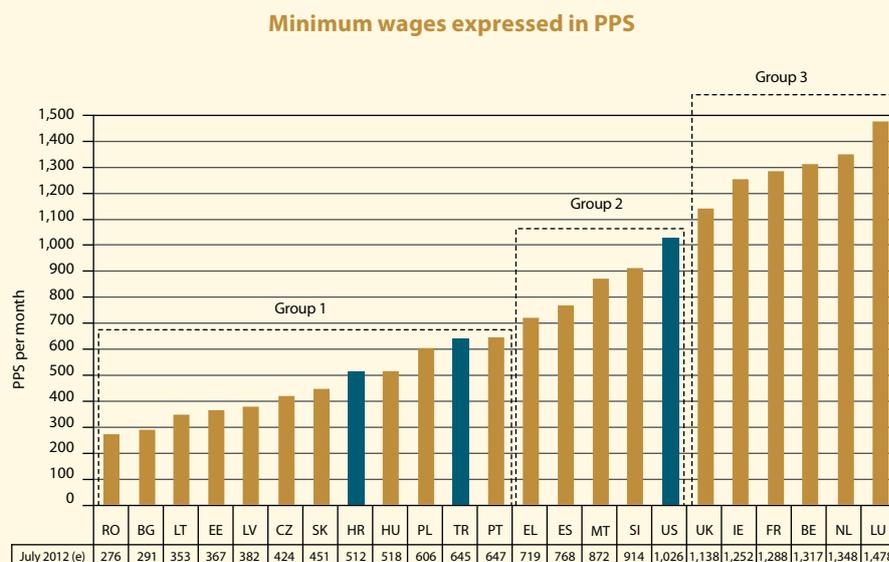
Monthly minimum wages varied widely, from 148 EUR in Bulgaria to 1,801 EUR in **Luxembourg**. When adjusted for price differentials across countries, the disparities between the Member States are reduced from a range of one to twelve (in EUR) to a range of one to five in purchasing power standard (PPS). At the opposite ends of the scale were Romania (276 PPS) and **Luxembourg** (1,478 PPS per month).

■ Minimum wages expressed in purchasing power standards

The figure below compares minimum wages taking into account differences in price levels across countries by applying purchasing power parities (PPPs) for household final consumption expenditure.

The countries in group 1, with relatively lower minimum wages in EUR, also have lower price levels and therefore higher minimum wages when expressed in PPS. On the other hand, countries in group 3 with higher minimum wages in EUR have higher price levels, and their minimum wages in PPS are relatively lower. In addition, as a consequence, the breaks between the three groups are partly smoothed out when looking at minimum wages expressed in PPS.

Comparing the ranking of the monthly minimum wages in EUR with those in PPS, the most remarkable changes are for Ireland, Hungary, Malta, the Netherlands and Croatia, all moving by two positions. Several other countries change their position,



Source: EUROSTAT (http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Minimum_wage_statistics)

but only by 1 rank (Belgium, Bulgaria, Estonia, Greece, Spain, France, Latvia, Poland, Romania and Slovakia). The monthly minimum wages expressed in PPS group the countries in the same class as when expressed in EUR with the exception of Portugal, moving from group 2 (medium wages) to group 1 (lower wages).

■ Minimum wage levels in relation to average gross monthly earnings

In 2011, the minimum wage level varies between 30% and 50% of average gross monthly earnings in industry, construction and services (except activities of households as employers and extra-territorial organisations and bodies).

Looking at the minimum wage in relation to average gross monthly earnings in industry, construction and services (except activities of households as employers and extra-territorial organisations and bodies), the highest values are reported for Greece (50.1%), Slovenia and Turkey (2010) (both 50.0%) followed by France (2010) Malta (both 47.4%) and **Luxembourg** (46.7%). At the lower end of the scale Spain, Estonia, Bulgaria, the Czech Republic, Romania and the United States report minimum wages below 35% of the average gross monthly earnings.

HALL INDUSTRIEL / ARTISANAL

à Steinsel, rue des Prés

Bureaux: 77 m²

Entrepôts: 231-365 m²

Disponible

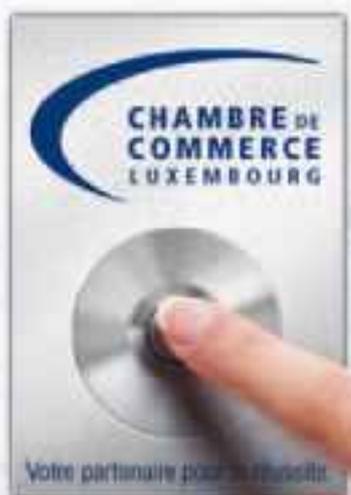
01/09/2012

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

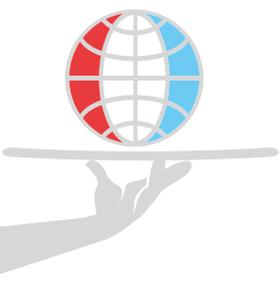
Désireux d'investir aux quatre coins du monde ?

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



Luxembourg : when location matters



**Global logistics.
Tailor-made solutions.**



www.clusterforlogistics.lu



www.cluster-maritime.lu



Enquête Eurochambres 2013 (EES2013): la 20^e édition débute au mois d'octobre

Eurochambres, l'association des Chambres de Commerce et d'Industrie européennes, procède cette année à la 20^e édition de l'enquête annuelle sur la conjoncture européenne. Au Grand-Duché, cette enquête est dirigée et réalisée par la Chambre de Commerce, en collaboration avec TNS-ILRES qui effectuera la collecte des données par téléphone auprès de quelque 1.000 entreprises au cours des deux premières semaines d'octobre 2012. Les entreprises faisant partie de l'échantillon retenu (à savoir les entreprises ayant plus de 10 salariés) vont recevoir, pour information, le questionnaire afférant à la fin du mois de septembre.

L'enquête Eurochambres vise à capter l'évolution entre 2011 et 2012 des principaux indicateurs de la vie économique des entreprises. De plus, les dirigeants d'entreprises seront amenés à s'exprimer sur leurs perspectives et leurs attentes pour l'année 2013.

Au Grand-Duché de Luxembourg, cette enquête est actuellement la seule à prendre en compte les prévisions de tous les secteurs d'activité de l'économie marchande. De surcroît, les résultats qui en découlent sont statistiquement significatifs et représentatifs.

Le succès de l'enquête dépend largement de la participation des entreprises questionnées. Au cours des précédentes éditions, près de 90 % des entreprises luxembourgeoises choisies ont participé à l'enquête, faisant ainsi de l'enquête Eurochambres un succès au Luxembourg.

Les résultats de l'enquête EES2013 seront publiés dans le Merkur 10/2012 et pourront être consultés à partir de décembre prochain sur le site internet de la Chambre de Commerce (www.cc.lu) et d'Eurochambres (www.eurochambres.be).

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter le Département Economique de la Chambre de Commerce – Tél.: (+352) 42 39 39-350 – E-mail: eco@cc.lu ■

Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise

Par le biais de cette rubrique «Photo mensuelle de l'économie luxembourgeoise», la Chambre de Commerce souhaite familiariser les lecteurs du *Merkur* à l'évolution des indicateurs macro- et microéconomiques, tout en mettant en évidence le point de vue de ses ressortissants.

La première partie de cette rubrique est consacrée aux principaux indicateurs macroéconomiques et aux prévisions qui s'y rattachent. 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)
Croissance du PIB à prix constants (% de croissance en volume et montants absolus en millions EUR) ⁽¹⁾	2,7 %	1,6 %	0,1 %	1,7 %
	33,2	33,7	33,73	34,31
Taux de chômage (ancienne définition ADEM)	5,8 %	5,7 %	6,2 %	6,8 %
Emploi total intérieur (variation annuelle en %)	1,9 %	2,8 %	1,9 %	1,0 %
IPCN (variation annuelle en %)	2,3 %	3,4 %	2,4 %	1,8 %
Capacité/besoin de financement (administration publique, % du PIB)	-0,9 %	-0,6 %	-1,8 %	-3,2 %

Sources: STATEC, Note de conjoncture 02/2012/STATEC, Comptes nationaux/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.

NOUVEAU BLOG

POUR MIEUX
COMPRENDRE
L'ÉCONOMIE
LUXEMBOURGEOISE



WWW.CARLOTHELENBLOG.LU

ACTUALITÉS, TENDANCES ET ANALYSES PAR CARLO THELEN, CHEF ÉCONOMISTE, CHAMBRE DE COMMERCE

2. Repères conjoncturels pour l'économie luxembourgeoise

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



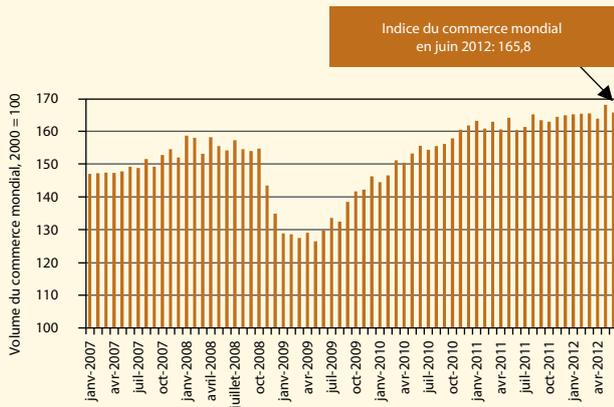
Source: www.zonebourse.com

Graphique 2 – Evolution de la parité EUR/US Dollar



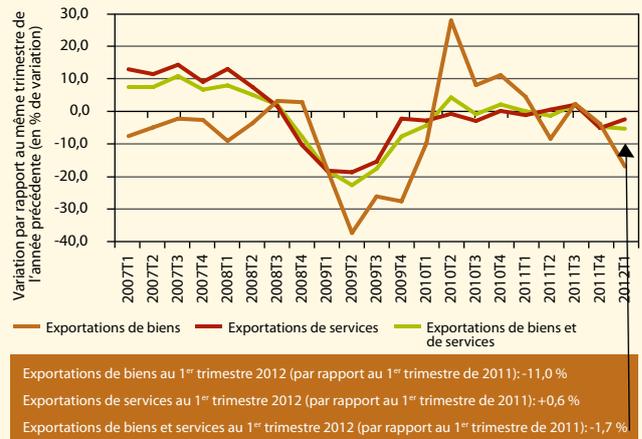
Source: www.zonebourse.com

Graphique 3 – Evolution mensuelle du commerce mondial



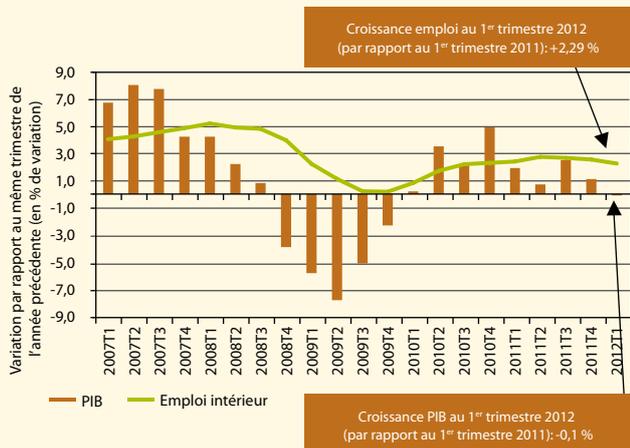
Source: Centraal Planbureau (Pays-Bas)

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



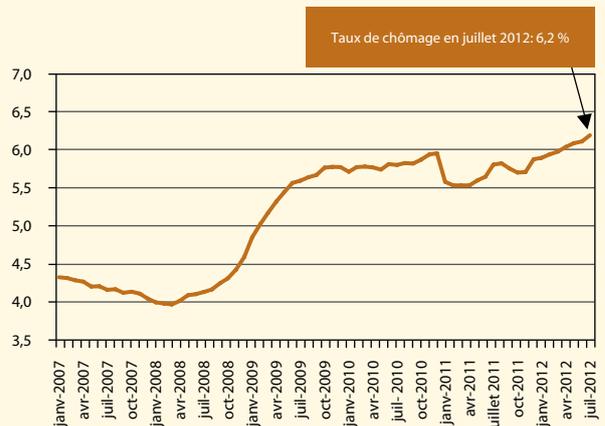
Source: STATEC

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



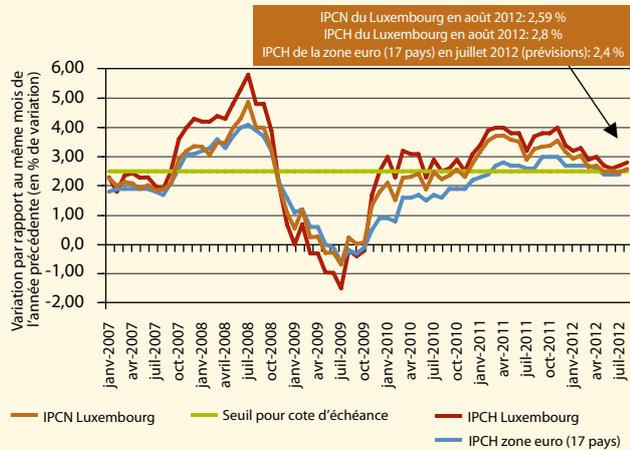
Source: STATEC

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



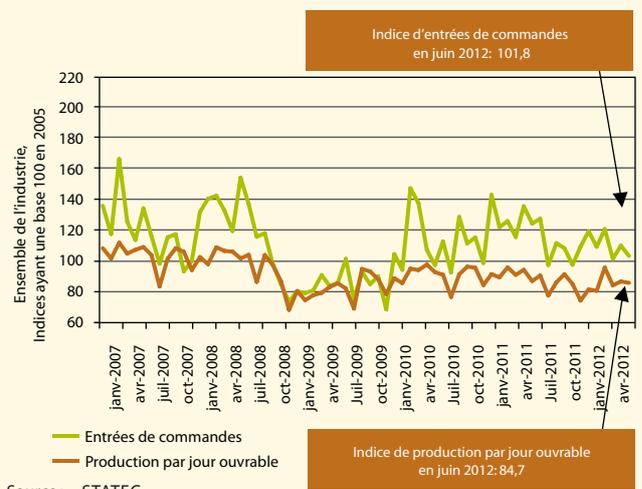
Source: STATEC

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



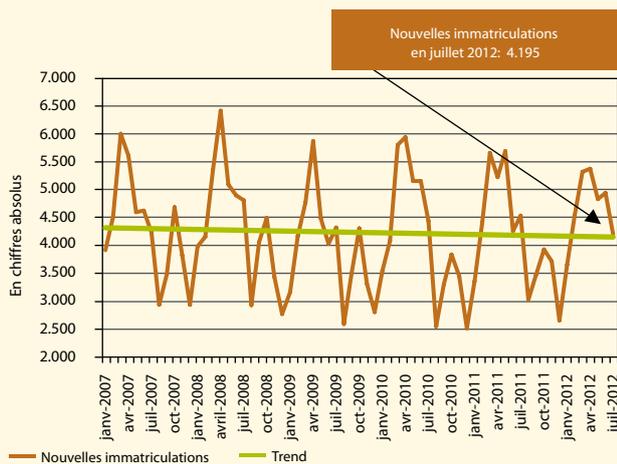
Sources : STATEC, Eurostat

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



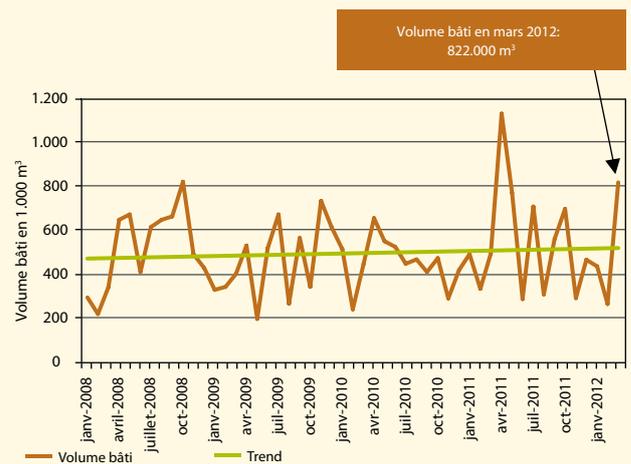
Source : STATEC

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



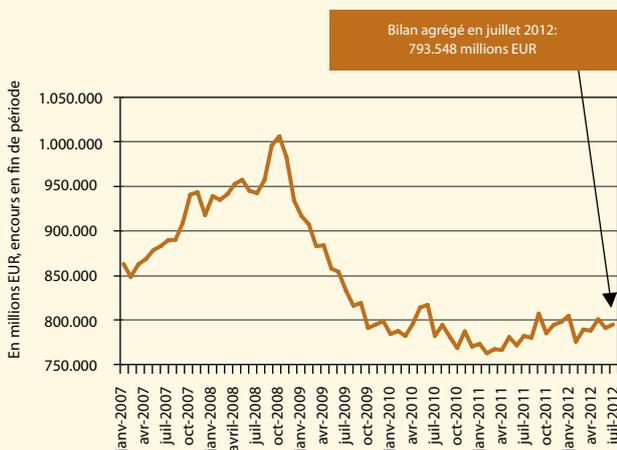
Source : STATEC

Graphique 10 – Evolution mensuelle des autorisations de bâti



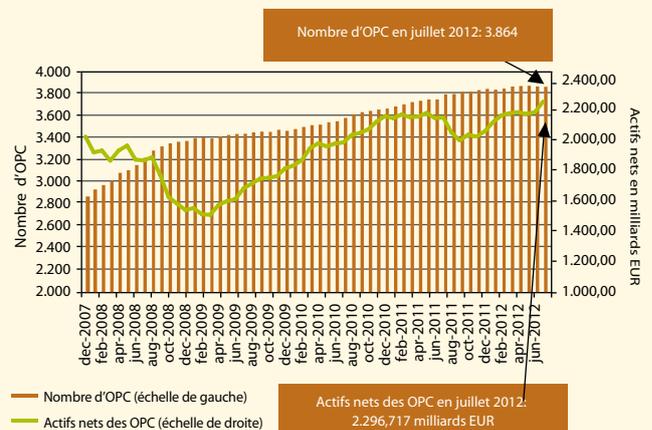
Source : STATEC

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



Source : BCL

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



Source : CSSF

Parole à un chef d'entreprise: **Christiane Wickler**



Christiane Wickler, Teamchef du Pall Center

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

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

■ Focus sur le commerce

Le commerce, secteur dont nous faisons partie, est un secteur important de l'économie luxembourgeoise, mais depuis 10 ans environ, l'image de ce secteur est mauvaise, à tort, et cela est préjudiciable.

Face à ce constat et dans le contexte de crise économique et de confiance, une énergie positive doit être retrouvée et communiquée. Tout paraît toujours plus beau sous le soleil que sous la pluie! Les chefs d'entreprises sont conscients que les 3 ou 4 années futures seront difficiles et qu'un effort collectif est de mise pour surmonter la crise. Il faut investir dans la sérénité et dans un projet d'avenir commun.

Les habitants de la Grande Région doivent se rendre compte de la chance qu'ils ont de vivre dans cette zone géographique qui offre de nombreuses opportunités. Le Luxembourg a une grande capacité d'adaptation et une intelligence collective qui permettront au pays de sortir renforcé de la crise.

En attendant, une poursuite de la tendance haussière du taux de chômage est probable. L'économie luxembourgeoise doit créer des postes pour des travailleurs hautement qualifiés et non qualifiés. Il faut redorer l'image du travail, des différentes professions et des métiers; chacun donc trouver sa place dans le monde de l'emploi. Dans le commerce, le recrutement n'est pas problématique, car il y a une grande ouverture vers les pays frontaliers.

La viabilité du système des pensions reposant sur la nécessité absolue d'un accroissement important du nombre de travailleurs, le Luxembourg doit saisir de nouvelles opportunités de développement et chercher de nouveaux marchés de niches. A mon avis, les Luxembourgeois sont rigoureux comme les Allemands et créatifs comme les Français. Il faut inciter les entrepreneurs à créer encore davantage de valeur, générant ainsi de nouveaux emplois, de nouveaux investissements et de nouvelles recettes fiscales. Je crois beaucoup en la jeunesse et il faut donner le goût d'entreprendre aux jeunes. Actuellement, l'entrepreneuriat est étouffé au Luxembourg, en raison notamment de la concurrence de la fonction publique en matière de niveau salarial. Le Luxembourg semble également avoir perdu son pragmatisme en ce qui concerne la simplification administrative. Les lourdeurs administratives sont un grand frein à l'entrepreneuriat. L'administration luxembourgeoise doit se rendre compte de l'importance qu'elle joue dans le développement des entreprises. Bien que nous soyons partenaires, une lutte constante semble avoir lieu entre l'administration et les entreprises.

Au sein du commerce, il faut également redynamiser la philosophie du «local» ou du régional, ce qui diminuera l'empreinte carbone, mais permettra également de resserrer les liens sociaux, qui pâtissent fortement du développement fulgurant des NTIC.

Dans mon secteur, le français est la langue la plus communément utilisée. Les Luxembourgeois sont contraints d'apprendre d'autres langues dès leur plus jeune âge et c'est une force! Il faut investir dans l'apprentissage des langues, en particulier dans l'apprentissage de l'anglais. Selon moi, si nous excellons dans d'autres langues que le luxembourgeois à titre complémentaire à l'école ou sur notre lieu de travail, nous n'en perdrons pas pour autant notre identité. Au contraire, nous en serions plus forts! ■

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

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

L'Europe est toujours plongée dans l'incertitude. La stabilisation du PIB de la Zone enregistrée au cours du 1^{er} trimestre 2012 ne fut que de courte durée puisqu'une contraction de ce dernier est à nouveau observée pour le 2^e trimestre (-0,2 % entre le 1^{er} et le 2^e trimestre 2012), en raison notamment d'une chute de l'activité dans les pays du Sud et d'une faiblesse de la croissance dans le reste de la Zone. La dégradation de la conjoncture en Grèce, en Espagne et en Italie plombe la croissance de la Zone euro qui ne devrait, dès lors, pas échapper à une nouvelle baisse au cours du 3^e trimestre, d'autant plus que les autres pays pourraient voir leur croissance



décélérer, payant le prix d'une demande à l'export moins dynamique. La crise pèse sur la confiance des agents économiques: sur la consommation des ménages et sur le moral des entrepreneurs et investisseurs. A plus long terme, les orientations budgétaires des économies majeures aux dettes publiques colossales, telles que les États-Unis ou le Japon, risquent également d'être au centre des préoccupations puisqu'il est peu probable que ces économies continuent d'échapper à la sanction des marchés avec des dettes de, respectivement, 100 % et 204 % du PIB en 2011.

Outre les problèmes conjoncturels globaux, des problèmes structurels, non résolus en temps utiles, persistent au Grand-Duché, comme le démontre notamment le récent «Global Competitiveness Report 2012-2013» du Forum Economique Mondial. Ce rapport, qui réalise un classement des pays sur base de leur compétitivité, révèle que le Grand-Duché voit s'éroder certains de ses atouts traditionnels, notamment ses avantages institutionnels (confiance dans les politiques, efficacité du cadre légal, relations employeurs-travailleurs, procédures administratives, etc.), son cadre fiscal et le degré de développement de son marché financier. Il faut par contre soulever la progression indéniable du Luxembourg en matière d'infrastructures logistiques et technologiques.

L'environnement économique et financier moins porteur et toujours incertain affecte notamment le marché de l'emploi du Luxembourg. Au 31 juillet 2012, le nombre de demandeurs d'emploi résidents, inscrits à l'ADEM, s'établissait à 14.470 personnes, soit une augmentation de 1.265 personnes et de 9,6 % sur un an. Quant au taux de chômage (corrigé des variations saisonnières), il poursuit sa hausse pour atteindre 6,2 % en juillet (contre 5,8 % en juillet 2011) tandis que les demandes d'octroi de chômage partiel émanant des entreprises augmentent de 4 unités en septembre par rapport au mois précédent¹. Le ralentissement de l'emploi salarié au Luxembourg est particulièrement visible dans l'industrie et la construction ainsi que dans les services en découlant comme le travail intérimaire ou les transports. Un signe encourageant reste – du moins pour l'instant – le grand dynamisme de l'emploi dans le secteur financier luxembourgeois.

Au niveau sectoriel, la production industrielle reste ainsi peu dynamique et une baisse quasi continue est observée depuis 2011 tandis que les enquêtes d'opinion effectuées par le STATEC ne permettent pas d'espérer une franche amélioration des résultats, du moins à court terme². Une tendance baissière est également enregistrée au niveau de la production dans la construction et les perspectives d'évolution sont largement négatives. Les organismes de placement collectif (OPC) luxembourgeois connaissent, quant à eux, des résultats relativement satisfaisants au 1^{er} trimestre 2012 qui se sont poursuivis jusqu'en juin.

Les deux phénomènes nouveaux qui émergent des enquêtes au niveau de la zone euro, à savoir les perspectives nouvellement pessimistes des entrepreneurs allemands ainsi que les résultats plus négatifs dans l'industrie que dans les services (ces deux phénomènes étant bien entendus reliés), sont des gouttes de plus dans l'océan d'incertitude qui affecte actuellement le Luxembourg.

¹ Comité de conjoncture du 29 août 2012

² STATEC, Conjoncture Flash, août 2012

Projets soumis pour avis à la Chambre de Commerce

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

■ Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur

Amendements relatifs au projet de règlement grand-ducal relatif à la production d'électricité basée sur la cogénération à haut rendement. (3872bisWMMR)

Projet de loi modifiant la loi du 15 décembre 2010 relative à la sécurité des jouets. (4006AAN)

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 8 février 2008 relatif à la production d'électricité basée sur les sources d'énergie renouvelables. (4019WMMR)

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

Projet de loi modifiant la loi modifiée du 21 juin 1976 relative à la lutte contre le bruit-Amendement gouvernemental. (3914bisJRO)

■ Ministère de la Santé

Avant-projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 15 décembre 1992 relatif à la mise sur le marché des médicaments et le règlement grand-ducal modifié du 19 novembre 2004 concernant la fabrication de médicaments, les bonnes pratiques de fabrication de médicaments et les bonnes pratiques de fabrication de médicaments expérimentaux à usage humain. (4004SBE)

Avant-projet de règlement grand-ducal portant inscription d'une substance active à l'annexe I de la loi modifiée du 24 décembre 2002 relative aux produits biocides. (4012SBE)

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

Projet de règlement grand-ducal concernant les limitations de la vitesse dérogatoires sur les voies publiques faisant partie de la voirie normale de l'Etat en dehors des agglomérations. (4005AAN)

Projet de règlement grand-ducal relatif aux conditions d'accès à l'aéroport de Luxembourg et aux contrôles de sûreté y applicables. (4018JRO)

■ Ministère de la Sécurité sociale

Projet de règlement grand-ducal déterminant l'organisation et le fonctionnement de la Commission supérieure des maladies professionnelles. (4007SBE)

■ Ministère des Finances

Projet de loi sur le secteur des assurances. (4008ZCH)

Projet de loi portant transposition de la directive 2011/16/UE du Conseil du 15 février 2011 relative à la coopération administrative dans le domaine fiscal et abrogeant la directive 77/799/CEE. (4009TAN)

Projet de loi portant modification de:

1. la loi du 27 juillet 1997 sur le contrat d'assurance;
2. la loi modifiée du 8 décembre 1994 relative
 - aux comptes annuels et comptes consolidés des entreprises d'assurances et de réassurances de droit luxembourgeois;
 - aux obligations en matière d'établissement et de publicité des documents comptables des succursales d'entreprises d'assurances de droit étranger;
3. la loi modifiée du 21 décembre 2007 portant
 1. transposition de la directive 2004/113/CE du Conseil du 13 décembre 2004 mettant en œuvre le principe de l'égalité de traitement entre les femmes et les hommes dans l'accès à des biens et services et la fourniture de biens et services;
 2. modification du Code Pénal;
 3. modification de la loi modifiée du 27 juillet 1997 sur le contrat d'assurance. (4016SBE)

■ Ministère de la Famille et de l'Intégration

Projet de règlement grand-ducal portant abrogation de l'article 49 du règlement grand-ducal du 20 décembre 2001 portant exécution des articles 1^{er} et 2 de la loi du 8 septembre 1998 réglant les relations entre l'Etat et les organismes œuvrant dans les domaines social, familial et thérapeutique pour ce que concerne l'agrément gouvernemental à accorder aux gestionnaires de structures d'accueil sans hébergement pour enfants. (4010AAN)

Projet de règlement grand-ducal portant modification du règlement grand-ducal du 13 février 2009 instituant le «chèque-service accueil». (4011AAN)

■ Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement rural

Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal du 1^{er} avril 2011 concernant la fixation des caractères minimaux et des conditions minimales pour l'examen de certaines variétés d'espèces de plantes agricoles. (4013JRO)

■ Ministère des Classes moyennes et du Tourisme

Projet de loi ayant pour objet d'autoriser le Gouvernement à subventionner l'exécution d'un neuvième plan quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique. (4014BLU)

■ Ministère de l'Intérieur et de la Grande Région

Projet de loi portant modification:

1. de la loi du 31 juillet 2006 portant introduction d'un Code du Travail;
2. de la loi modifiée du 12 juin 2004 portant création d'une Administration des services de secours. (4015SBE)

Projet de règlement grand-ducal portant fixation de la taxe de rejet des eaux usées pour l'année 2012. (4017JRO)

Retards répétés dans le paiement du salaire: quels risques pour l'employeur?

Dans un arrêt du 28 juin 2012¹, la Cour d'appel de Luxembourg siégeant en matière de droit du travail a précisé l'étendue de la responsabilité pécuniaire de l'employeur envers son salarié en cas de manquement persistant de payer ponctuellement les salaires.

Dans cette affaire, un salarié a démissionné avec effet immédiat au motif notamment qu'à de nombreuses reprises et sur une période de deux ans, ses salaires avaient été payés avec du retard (jusqu'au 9^e jour du mois suivant). La Cour a jugé que cette démission sans préavis était justifiée et a condamné l'employeur à de multiples indemnités.

Si la Cour n'a fait qu'appliquer une jurisprudence déjà établie² en jugeant que les retards de paiement du salaire même légers justifiaient, **en cas de manquements persistants**, la démission du salarié sans préavis, elle a innové dans l'étendue des indemnités auxquelles l'employeur a été condamné, à savoir:

- des dommages et intérêts pour **pré-judice matériel** – en l'espèce plus de 3.000 EUR³ – en vue de réparer les pertes de salaire subies par le salarié suite à sa démission;
- des dommages et intérêts pour **pré-judice moral** dont le montant a été évalué à 2.000 euros compte tenu de l'ancienneté du salarié (6 ans) et des circonstances de la démission; et
- le **remboursement à l'Etat des allocations de chômage** perçues par le salarié, soit 12.620 EUR⁴.

Si les tribunaux ont toujours jugé qu'un seul retard et même quelques retards dans le paiement du salaire ne constituaient pas une faute grave dans



le chef de l'employeur⁵, il est néanmoins utile de rappeler que, selon l'article L.221-1 du Code du travail, «*le salaire stipulé en numéraire doit être payé chaque mois et ce, au plus tard le dernier jour du mois de calendrier afférent*». Précisons toutefois que cette obligation ne concerne que le salaire stipulé en numéraire dans le contrat de travail et non les accessoires (tels que tantièmes, remises, gratifications, primes ...) qui peuvent être payés ultérieurement.

Cet arrêt est l'occasion de rappeler que sur base de l'article L.124-10 du Code du travail, le salarié – à l'instar de l'employeur – peut résilier le contrat de travail sans préavis pour faute grave de l'autre partie et lui réclamer des dommages et intérêts afin de réparer les préjudices en découlant.

Pour être complet, soulignons enfin que l'article L.125-7 du Code du travail oblige l'employeur à remettre au salarié à la fin de chaque mois, avec le dernier versement du salaire, une fiche de salaire détaillant le mode de calcul de ce dernier (période de travail, nombre d'heures, taux de rémunération) et que, selon un arrêt de la Cour du 21 janvier 2010, le manquement répété à cette obligation est également susceptible de justifier une démission du salarié avec effet immédiat⁶.

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, 28 juin 2012, n° 36371 du rôle

² C.S.J., 17 février 1994, n° 14281 du rôle.; C.S.J., 23 janvier 1997, n° 18753 du rôle.; C.S.J., 10 juin 2004, n° 28628 du rôle

³ Au vu de l'âge du salarié (40 ans) et du marché de l'emploi (ingénieur), la Cour a estimé que le salarié devrait avoir retrouvé un emploi (période de référence) au bout de 3 mois; les dommages et intérêts visent à combler la différence entre les allocations chômage perçues sur cette période de 3 mois et l'ancien salaire du salarié

⁴ Le recours de l'Etat est fondé sur l'article L.521-4 du Code du travail

⁵ C.S.J., 7 novembre 1996, n° 18892 du rôle et C.S.J., 1^{er} juillet 1999, n° 21831 du rôle

⁶ C.S.J., 21 janvier 2010, n° 34382 du rôle

Changement de législation

Embauche ou placement de travailleurs aux Pays-Bas

Vous placez des travailleurs aux Pays-Bas, ou, en d'autres termes, vous fournissez du personnel aux Pays-Bas sur la base d'un travail payé? Si c'est le cas, depuis le 1^{er} juillet 2012, vous avez l'obligation d'inscrire votre société au Registre du commerce de la Chambre de Commerce néerlandaise. C'est la conséquence d'un changement de la législation dont l'objectif est d'éviter les pratiques d'embauche illégale et de combattre l'exploitation des travailleurs.

■ Inscription obligatoire

Toute entreprise ou entité juridique qui place des travailleurs aux Pays-Bas doit s'inscrire en tant que telle au Registre du commerce de la Chambre de Commerce. Peu importe que l'entreprise soit basée aux Pays-Bas ou à l'étranger. Ce changement de législation s'applique donc également aux entreprises non-résidentes. Par exemple, cette loi affecte toutes les agences d'emploi temporaire, les agences pour l'emploi, les entreprises de payrolling et les entreprises impliquées dans le programme d'emploi-solidarité qui sont basées hors des Pays-Bas mais sont actives aux Pays-Bas. Ces

entreprises doivent s'inscrire au Registre néerlandais du commerce.

■ Placement de travailleurs

La loi s'applique aux entreprises qui placent des travailleurs dans le cadre de leurs activités commerciales normales et aux entreprises qui placent également des travailleurs mais pas dans le cadre de leurs activités commerciales quotidiennes normales. La loi emploie la définition suivante pour cette mise à disposition de travailleurs: «la mise à disposition de travailleurs à une autre partie sur une base payée pour effectuer un travail sous la supervision ou la direction de ladite partie, autre qu'en vertu d'un contrat de travail conclu avec ladite partie.»

■ En termes concrets, trois éléments sont importants:

1. Une entreprise met des travailleurs à disposition d'une autre entreprise.
2. L'entreprise qui met ces travailleurs à disposition reçoit un paiement pour cela de la part de l'autre entreprise à laquelle les travailleurs ont été mis à disposition.
3. Le travailleur mis à disposition travaille sous la supervision et la direc-

tion de l'entreprise à laquelle il/elle a été mis à disposition.

■ Sanctions lourdes

Ce changement de législation est une initiative du ministère de l'emploi et des affaires sociales. En amendant la Loi sur l'Allocation de travailleurs par des intermédiaires (Wet Allocatie Arbeidskrachten Door Intermediairs, WAADI), le ministère veut agir contre le travail illégal et l'exploitation des travailleurs. Ces nouvelles règles donnent également au Gouvernement une vision plus claire de la manière dont les travailleurs sont placés aux Pays-Bas. Cela permet d'éviter la fraude. La violation de la loi résultera en des sanctions lourdes: EUR 12.000 par employé. En cas de récidive, cette amende passe à EUR 24.000 par employé, et à EUR 36.000 par employé à la troisième violation.

■ Entreprises utilisatrices

La loi concerne également toutes les entreprises qui embauchent du personnel. Les entreprises qui le font sont connues en tant qu'entreprises utilisatrices. Les entreprises qui utilisent du personnel temporaire ne peuvent plus utiliser les services d'entreprises qui ne sont pas correctement inscrites. Sur www.kvk.nl/waadi, les entreprises utilisatrices peuvent vérifier si l'agence qu'elles souhaitent engager est correctement inscrite sur le site web de la Chambre de Commerce. Il leur suffit de saisir le numéro correspondant de la Chambre de Commerce (KvK). En effet, chaque entreprise ou entité légale se voit attribuer un numéro KvK lors de son inscription au Registre du Commerce. S'il y a violation de la loi, l'agence tout comme l'entreprise utilisatrice recevront une amende de l'Inspection de l'emploi et des affaires sociales.



Informations supplémentaires: Vous souhaitez vous inscrire à la Chambre de Commerce?

Si c'est le cas, veuillez contacter un bureau de votre région.

Rendez-vous sur l'adresse www.kvk.nl/kantoren pour connaître les coordonnées des contacts.

Pour plus d'informations en anglais, allez sur www.kvk.nl/registrationlaw où vous pourrez également vérifier si une entreprise en particulier est correctement inscrite.



PROTECT YOUR EXPORTS

OFFICE DU DUCROIRE, THE ONE-STOP SHOP FOR EXPORTERS WWW.ODL.LU
CREDIT INSURANCE, FINANCIAL SUPPORT

Campagne «Trajet, sécurisons-le!»

Les distractions



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!» à l'occasion du 6^e Forum de la sécurité et de la santé au travail qui s'est déroulé le 24 avril 2012 à Luxexpo. Le but de la campagne est de sensibiliser les entreprises et leurs salariés à l'adoption d'un comportement responsable et préventif en circulation routière.

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 du site www.securite-sante.lu.

Le troisième module «**Les Distractions**» porte sur les principaux éléments qui peuvent se répercuter sur la conduite, telle l'utilisation du téléphone portable et du système de navigation, ou

encore la manipulation de la radio ou du lecteur CD/MP3.

Toute activité qui incite le conducteur à quitter visuellement ou mentalement la route peut être une distraction anodine dans la vie courante, mais s'avérer extrêmement dangereuse lorsqu'on pilote un véhicule.

Au volant, les deux mains c'est plus malin! Conduire est une activité multitâche qui requiert une totale attention et concentration du conducteur, aussi routinier soit-il.

Que ce soit sur un trajet habituel ou non, le conducteur doit gérer un grand nombre d'informations et, en fonction de la situation de la circulation, il doit prendre les bonnes décisions, même s'il s'agit souvent d'automatismes. Plus un conducteur subit de distractions, plus sa concentration et sa réactivité diminuent.

■ Le téléphone au volant

Téléphoner n'est pas conciliable avec la conduite. De toutes les sources de dis-

traction relativement nombreuses dans l'habitacle d'un véhicule, le téléphone, mains libres ou non, compte parmi les plus dangereuses. Téléphoner projette la pensée du conducteur en dehors de l'habitacle; il abandonne en quelque sorte les commandes du véhicule pour rejoindre la personne qui lui parle. L'utilisation du téléphone au volant a des effets sur la conduite comparables à ceux de l'alcool.

Saviez-vous que ...

- Près de la moitié des conducteurs décrochent leur téléphone dans les deux secondes et donnent ainsi la priorité à cette tâche. L'attention n'est plus portée sur la conduite.
- Le conducteur sent une surcharge mentale à laquelle il réagit en réduisant instinctivement sa vitesse de 12 % en moyenne ce qui peut être dangereux en cas de trafic dense.
- Le contenu du dialogue et notamment la charge émotionnelle de celui-ci peut accroître la déconcentration et la prolonger après la conversation téléphonique.

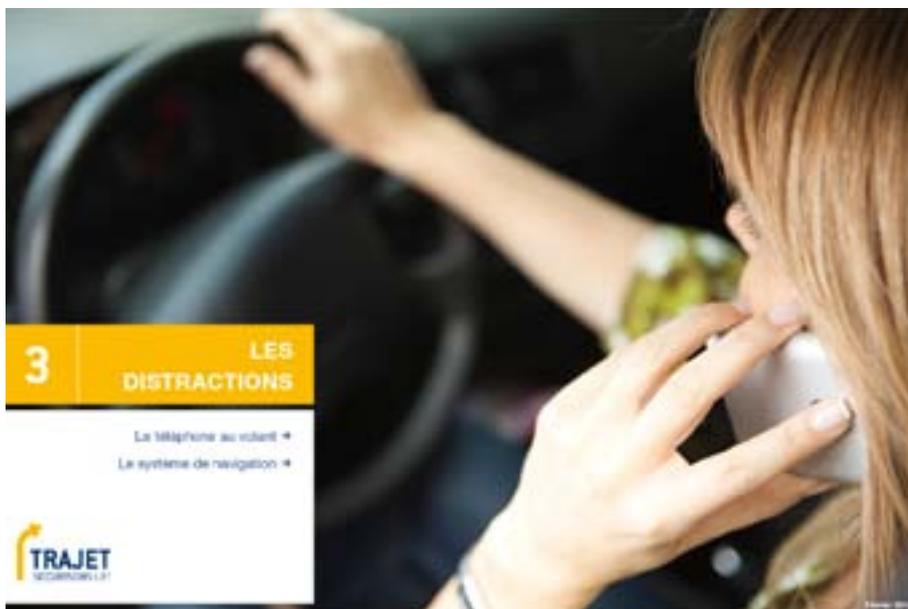
Quelques conseils:

- Respecter la loi et utiliser un kit mains libres si malgré tout, le conducteur ne peut pas s'empêcher de téléphoner pendant la conduite;
- Téléphoner uniquement en cas de nécessité;
- Confier le téléphone à l'un des passagers pour qu'il puisse répondre à la place du conducteur;
- S'arrêter à un endroit approprié pour téléphoner ou lire les messages.

■ Le système de navigation

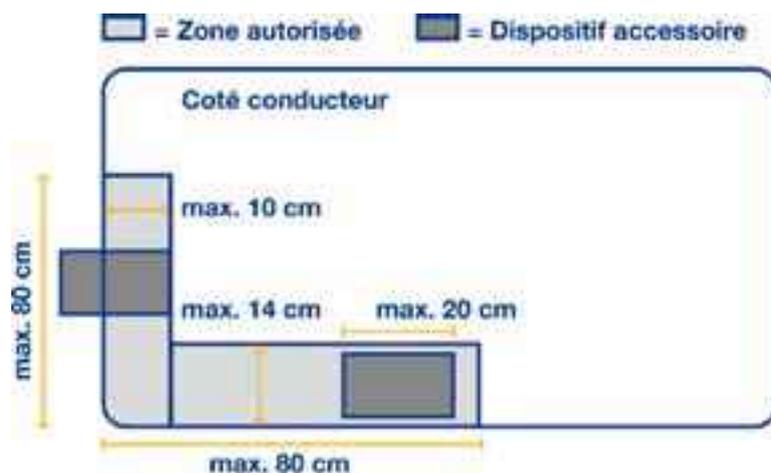
Tout comme le téléphone, le GPS (Global Positioning System) peut être très utile et notamment assister le conducteur, voire éviter des situations de stress, sous condition de suivre scrupuleusement quelques règles de base.

Selon la loi, le GPS est autorisé sous réserve que celui-ci ne gêne pas la vue du conducteur et que ni l'écran, ni le système de fixation ne dépassent les zones marquées en gris.



Quelques conseils

- Programmer le GPS avant de prendre la route;
- En cas de changement d'itinéraire, s'arrêter dans un lieu adapté (parking, place de stationnement, aire de repos, ...);
- Baisser le volume de la radio pour entendre toutes les instructions que donne le GPS.



Prochain module: L'état physique du conducteur»

Pour plus d'informations: www.trajet.lu – E-mail: trajet@uel.lu

Plan d'action

La Fedil s'engage en faveur de la diversité en entreprise

Mi-juliet 2012, la Fedil a organisé à une conférence de presse en présence de Françoise Hetto-Gaasch, ministre de l'Egalité des chances, pour présenter les premiers résultats de son plan d'action en faveur de la mixité des genres en entreprise. Dans son introduction, le président de la Fedil, Robert Dennewald, a dressé le cheminement de cette initiative, qui a été lancée en septembre 2011, en partenariat avec le ministère de l'Egalité des chances. Consciente que les femmes restent sous-représentées au niveau des postes de décideurs au Luxembourg, la Fedil a reconnu le besoin d'étudier ce sujet pour mieux saisir le positionnement des entreprises luxembourgeoises et les défis en matière de la mixité des genres pour l'économie luxembourgeoise. Pour cette raison, les responsables de la Fedil ont jugé important de lancer un plan d'action en faveur de la diversité visant à implémenter une véritable culture de la diversité dans les entreprises. Dans une première phase, la Fedil a organisé un cycle de conférences démarrant par une conférence de

lancement suivie de trois autres, traitant des sujets suivants:

- Mixité et performance économique?
- La mixité – un défi pour les ressources humaines?
- La mixité – Une question d'image?

A l'issue de ce cycle de conférences, dans le cadre d'une collabora-

tion avec l'Université du Luxembourg, les constats et résultats des discussions des conférences ont été analysés. Cette analyse a été publiée dans un rapport intitulé «Gender Diversity in Business – seizing the opportunity, avoiding interference» et éditée par la Fedil avec le soutien du ministère de l'Egalité des chances.



Ainsi, cette étude a permis de montrer que la mixité progresse au sein des entreprises – lentement mais sûrement. L'étude souligne aussi qu'il existerait bel et bien une corrélation entre la mixité en entreprise et les résultats des entreprises, par contre, une causalité entre les deux n'a pu être démontrée. Les responsables RH participant aux discussions ont d'ailleurs déploré que la mixité en entreprise ne soit souvent pas une question de volonté, mais de disponibilité de main-d'œuvre. En effet, dans de nombreux domaines, comme dans l'ingénierie par exemple, les femmes représentent souvent moins de 10 % des effectifs dans une promotion académique. L'étude démontre de même que l'essentiel des décisions d'achat est influencé par des femmes. La présence de femmes dans les organes de décision

est donc essentielle pour faire profiter les entreprises de leurs expériences.

Finalement, l'étude conclut sur un certain nombre de messages clés, susceptible de promouvoir la diversité dans les entreprises. Ainsi, les compétences du personnel doivent primer sur le genre. Les auteurs lancent un appel aux femmes de prendre leur destin en main en se manifestant pour saisir les opportunités de carrière. Pour que la diversité augmente, le concept de la diversité doit être porté par les décideurs économiques et il est indispensable d'instaurer une approche durable en matière de diversité, en créant un environnement favorable à la mixité. Afin d'accroître la diversité, il faut aussi améliorer la conciliation vie familiale – vie professionnelle. Finalement, il ne faut pas oublier que la diversité ne se limite pas uniquement à la

mixité des genres, mais qu'elle comporte de nombreuses facettes. Par conséquent, le directeur de la Fedil, Nicolas Soisson, a souligné qu'il ne faut pas se fixer uniquement sur la mixité des genres, mais élargir le spectre en promouvant la diversité en général au sein des entreprises. «La diversité est la clé du succès pour les entreprises», a-t-il déclaré en rassurant que la Fedil va continuer ses efforts afin de promouvoir la diversité dans les entreprises, notamment à travers l'échange de «best practices».

La brochure «Gender Diversity in Business – seizing the opportunity, avoiding interference» est téléchargeable sur le site de la Fedil: www.fedil.lu → rubrique Publications ou peut être commandée gratuitement auprès du secrétariat de la Fedil.

Communiqué par la FEDIL ■

Nouvelle association

«ServiceAcademy» pour le développement et la promotion d'une vraie culture de service



Onze entrepreneurs luxembourgeois, issus de différents secteurs de l'économie et partageant une même philosophie managériale, ont pris la résolution de s'engager ensemble pour plus de services. Ils ont constitué une association sans but lucratif, la ServiceAcademy, dont les objectifs sont le développement et la promotion de la culture du service dans l'entreprise.

Ils ont développé un concept qui est basé sur une démarche pragmatique, simple, participative et innovante. Elle s'appuie sur l'intelligence de l'entreprise, c'est-à-dire sur sa propre capacité de rassembler les informations, d'apprendre de celles-ci et de raisonner avec elles, en plaçant l'individu au centre de toute action. Entamé d'abord en interne, le résultat de ce processus sera la capacité d'aller au-delà de la satisfaction simple et basique des attentes des clients et des fournisseurs de l'entreprise. Pour afficher leur volonté de vivre la passion d'un service irréprochable au quotidien, les entrepreneurs ont créé le label ServicePlus. Il peut être attribué à toute entreprise membre de

l'association dès la conception et la mise en œuvre d'un plan d'actions concrètes.

Le label n'est pas l'étiquette affichant une réussite à un audit standardisé, effectué à un moment donné, mais il est l'expression d'un engagement volontaire pour progresser dans une philosophie entrepreneuriale inspirée du respect des valeurs humaines.

Une première séance d'information est prévue pour le 17 octobre 2012 à 17h30 heures. Le lieu du rendez-vous sera confirmé ultérieurement. Les intéressé(e)s peuvent s'inscrire d'ores-et-déjà en envoyant un mail à info@serviceacademy.lu. Plus d'informations: www.serviceacademy.lu. ■

Projet du Gouvernement

Interdiction de fumer: l'HORESCA est déçue

L'HORESCA est déçue par le dernier projet du Gouvernement pour interdire la cigarette au bistrot et demande à être entendue par les responsables politiques. Les

propositions du Gouvernement visant à interdire la cigarette au bistrot ne tiennent pas compte de certaines réalités du terrain. L'HORESCA demande aux responsables politiques de ne pas

trancher selon des principes mais selon des considérations pratiques.

C'est par les médias que l'HORESCA a pris connaissance de la récente volonté de proposer pour la ren-

trée une interdiction de la cigarette au bistrot. Les responsables de la fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Grand-Duché n'ont à aucun moment été consultés sur l'évolution dans ce dossier.

Ce nouveau compromis, tel qu'il a été annoncé, prévoit une amélioration relative par rapport au texte initial. Mais, à la place de résoudre certains problèmes, il en crée d'autres.

La possibilité donnée à tous les petits débits de boissons de pouvoir continuer à accueillir une clientèle fumeur est un bon pas dans la bonne direction. Mais la condition de ne pas pouvoir occuper des salariés en laisse perplexe plus d'un.

En effet, en temps de crise et de chômage croissant, il nous paraît illogique de motiver des cafetiers à ne pas

embaucher du personnel, même partiel ou occasionnel.

Il est irréfutable qu'une interdiction de fumer a très souvent été synonyme de baisse du chiffre d'affaires. L'HORESCA craint que pour des raisons économiques, un grand nombre de patrons doivent licencier des collaborateurs, surtout si à la clé ils peuvent se ranger du côté des bistrotiers fumeurs.

■ L'HORESCA plaide pour une solution qui a fait ses preuves dans plusieurs pays

Par conséquent l'HORESCA plaide pour une solution qui tient compte de la taille de l'établissement. Les petits cafés n'excédant pas une certaine taille en mètres carrés (avec ou sans personnel) et qui ne peuvent pas aménager de salle fumeur devraient pouvoir bénéfi-

cier de l'exception fumeur. Cette solution a d'ailleurs fait ses preuves dans plusieurs pays comme l'Autriche ou certains Länder allemands.

L'HORESCA désire aussi faire des propositions concrètes pour les autres points à régler comme, par exemple, la taille maximum de la zone fumeur ou les conditions à remplir pour aménager une zone fumeur.

Même si dans le passé, notre point de vue n'a jamais été pris en compte par le Gouvernement, nous restons ouverts à un dialogue constructif qui puisse déboucher sur une solution acceptable pour toutes les parties concernées.

Communiqué par l'HORESCA ■

«Luxembourg – Pôle de commerce de la Grande Région»

Le commerce luxembourgeois, un vecteur de croissance pour l'économie

Acheter au Luxembourg? Une bonne idée! En 2006, le comité de coordination tripartite avait décidé de soutenir la promotion du commerce luxembourgeois dans la Grande Région. Le programme «Luxembourg, Pôle de Commerce de la Grande Région» a été lancé au début de l'année 2007. Après cinq ans, quels sont les résultats de cet engagement des acteurs publics et privés? Pour informer le public, Françoise Hetto-Gaasch, ministre des Classes moyennes et du Tourisme, et la clc ont invité à une conférence de presse, mercredi début juillet 2012.

Ces derniers ont présenté un bilan qui ne se limitait pas aux aspects et tendances économiques, mais qui incluait aussi l'avis des consommateurs résidents et de la Grande Région sur certains facteurs-clés tels que le choix, l'offre, la relation qualité/prix, la qualité du service, etc. Malgré les effets négatifs, directs et indirects de la crise et des changements majeurs dans les comportements des consommateurs, le commerce luxembourgeois a pu améliorer son positionnement dans la Grande Région.

■ Les différents rôles du commerce

Le rôle du commerce dans notre société ne se limite pas à ses missions d'approvisionnement de produits ou d'offre de services multiples. Le commerce est en premier lieu un des plus importants employeurs et formateurs de jeunes dans notre pays. De plus, des milliers de magasins contribuent à animer nos villes et donnent aux citoyens la possibilité d'entretenir des contacts sociaux. En tant que réel partenaire du consommateur, le commerce représente les intérêts du client auprès du producteur et vice-versa, et lui garantit la sécurité des produits et le respect de ses droits légitimes. Enfin, en tant que percepteur de la TVA et des accises pour le compte de l'Etat, le commerce contribue à la richesse de notre pays et au bien-être de notre collectivité.

■ Naissance du programme «POC» en 2006

La décision de la Tripartite visait le développement, la promotion et la professionnalisation de ce secteur important pour le pays. Cette mis-

sion était déléguée au ministère des Classes moyennes, la Fédération des Artisans, l'Horesca et la clc, cette dernière étant responsable de la conception et de l'exécution du programme «Luxembourg, Pôle de commerce de la Grande Région» (POC).

■ Positionner le commerce luxembourgeois

Après cinq ans d'efforts, l'initiative a réussi à implémenter la marque «Shopping in Luxembourg – Good Idea»,

ATOZ
LUXEMBOURG
Leading Tax Advice
Leading Knowledge
THE PREMIER TAX ADVISORY FIRM
INDEPENDENT • TAX DEDICATED • LOCAL FOCUS / GLOBAL REACH
www.atoz.lu



© Andres Lejona

conçue par l'équipe du POC pour signer ses actions. Cette marque est depuis connue par deux tiers des résidents. Le blog goodidea.lu est devenu LA vitrine du commerce luxembourgeois et propose chaque semaine de nouveaux «bons plans».

Les nombreuses actions du POC ont contribué à améliorer le positionnement du commerce luxembourgeois. Quatre résidents sur cinq déclarent prendre du plaisir en achetant au Luxembourg, une augmentation de 15 % sur les trois dernières années. Les enquêtes réalisées par TNS Ilres au début de cette année nous apprennent par ailleurs que 73 % des consommateurs sont d'avis que l'offre au Luxembourg est bonne ou excellente (+ 19 % par rapport à 2009).

Le service est bon/excellent, estimation deux consommateurs sur trois (+ 13 % par rapport à 2009). En cinq ans, le commerce a gagné beaucoup en attractivité. Même si le facteur «prix» en rapport avec la qualité s'est amélioré (+7 %), la moitié environ des consommateurs reste persuadée qu'au Luxembourg les produits sont plus chers qu'à l'étranger. Le potentiel de développement est donc encore un défi majeur des années à venir.

■ Diminution de la fuite du pouvoir d'achat

Depuis 2007, les consommateurs ont réduit considérablement leurs

dépenses. La crise de 2008 a accéléré le phénomène. Pour le commerce luxembourgeois, ce choc a pu être compensé en partie par la diminution sensible de la fuite du pouvoir d'achat des résidents vers l'étranger. Cumulé sur trois ans, plus de 100 millions de chiffres d'affaires ont ainsi pu être «rapatriés» au profit du commerce indigène.

■ Le Luxembourg, une destination «shopping»

Une «compensation» complémentaire est due à une fidélisation des clients non-résidents. Une enquête menée dans la Grande Région en 2012, confirme que presque la moitié des consommateurs habitant à une distance inférieure à 30 km de l'une des frontières du Luxembourg, vient au moins une fois par mois faire ses courses au Grand-Duché. Ce nombre de 720.000 clients non-résidents est en augmentation de 40 % par rapport à début 2007. Seulement 6 % des clients non-résidents achètent exclusivement des produits vendus dans les stations-service. Cela indique que le commerce luxembourgeois a pu s'établir en tant que destination «shopping» dans la Grande Région. Le volume de ce chiffre d'affaires supplémentaire cumulé sur trois ans est estimé à environ 217 millions d'euros. Il est par ailleurs intéressant d'analyser les flux des clients non-résidents. Les pro-

files d'achat des non-résidents varient beaucoup en fonction de leur pays de résidence. Il va sans dire que les zones frontalières sont fortement appréciées par les trois groupes de clients. Pour les clients français, les villes d'Esch-sur-Alzette et de Luxembourg sont particulièrement intéressantes. Presque la moitié des Allemands visite plutôt les villes frontalières, donc la région Est de notre pays. Ce sont les Belges qui se distinguent par une mobilité accrue et le nombre de destinations différentes le plus élevé. A quoi s'intéressent les clients non-résidents? Il ressort de l'étude de marché que les promotions et les soldes sont les moteurs des achats transfrontaliers. Faire du shopping au Grand-Duché pour profiter de prix bas est donc une formule assez populaire. Un autre intérêt fort: la recherche d'articles ou de marques non disponibles dans le pays de résidence. La recherche de nouveaux magasins et de magasins tendances arrive en troisième position des raisons de se déplacer. L'analyse des centres d'intérêts des clients étrangers s'inscrit dans la logique de communication du POC, c'est-à-dire de différencier les messages selon les zones géographiques de la Grande Région.

■ Un retour d'investissement important

Grâce à la réduction de la fuite du pouvoir d'achat des résidents et à l'apport des non-résidents, l'Etat a pu profiter, sur les années 2009 à 2011, d'une recette directe supplémentaire de 37 millions d'EUR en matière de TVA. Le chiffre d'affaires additionnel ainsi calculé, est basé sur les ventes de produits relevant du commerce de détail «classique», hormis les carburants, les voyages, les services «horeca» et les véhicules. Vu le potentiel restant important et grâce au soutien du ministère des Classes moyennes et du Tourisme qui a été confirmé pour 2013 lors de la conférence de presse, l'équipe du POC mettra l'accent sur le positionnement du commerce luxembourgeois dans la Grande Région et continuera à communiquer sur les forces du pays – pour le développement de votre commerce.

Communiqué par la clc ■



**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.





Alfred Seilands, Tivoli, Italy, 2009

American Chamber of Commerce in Luxembourg

I hope we can keep growing. There are more possibilities ...

Marita Ruiters has over 23 years of experience in the art world. Since 1988, she has managed Galerie Clairefontaine Espace 1 and very early on showed photography. She quickly discovered people could not relate and didn't necessarily accept photography as a legitimate art form. In 1997, she decided to open Espace 2 to slowly educate visitors that what is important is the message of the artwork, not the medium. In 2005, she started Photomeetings Luxembourg which aims to build a quality platform for the young and the young-at-heart and for those who have an interest in photography and photo-related arts. This year's focus is **Photography=Fiction?** and marks the 8th edition of the event. It will be held in Luxembourg 11 September-20 October, 2012.



Justine Szczepanczyk, Metropolis, 2011

This year's Photomeetings is very centralized. Will this help make the public more aware of the festival?

I think it will help because everything is so accessible. It's also free of charge, which is a nice thing for most people. The City of Luxembourg is also interested in promoting the event to make the event more attractive and create awareness. So far we have not had financial support, but we have received a lot of in-kind support.

How important is it that universities from all over Europe are associated with Photomeetings? And how do you involve young Luxembourg photographers and artists in the event?

We sent out 1,500 brochures and do a lot of promotion. The event is really for

everyone, but sometimes parents give this as a gift for graduation or another milestone. Ages range from 17-70. The EU-program "Jeunesse en Action" (Youth in Action) also lends us some financial support to invite students.

Although there are photography meetings all over world, ours distinguishes itself with its student section. We have a class every year of Luxembourgish students but not at university level since there's no art university yet. Our Photomeetings becomes, in a sense, like a summer school. All students are pre-selected, and we're happy to have Lycée Aline Mayerisch involved. The event also offers great learning possibilities from world-renowned professors of photography, who also do portfolio reviews, and give advice to emerging photographers.

We were asked to let students outside Luxembourg know the event exists, and we did this through ACEL (Association des Cercles d'Etudiants Luxembourgeois) since they have the contacts. We also have asked RTL to do radio and TV ads, and a host of other media are helping to promote the event as well. This is a great opportunity to encourage students to network and meet wonderful professors. Many students have stayed in touch and even changed universities after the event – and they enjoy a certain boost of energy and creativity which can be quite inspiring.

How does the event help promote Luxembourg?

Students are always thrilled by Luxembourg with its old fortress and the historical and new parts of the city. Many of the youngsters have no idea whatsoever what Luxembourg is like, but they usually have very positive reactions. We are cozy, but also have modern districts – there is a clash of the Middle Ages and the contemporary, and this is always well-liked by students.

Participants from other countries might attend because a certain workshop teacher is of international renown. Arles, France, the mother of all photo festivals, for over 40 years, offers workshops at much higher prices. During the summer, the whole city of Arles lives off the tourists that follow. I think Luxembourg could develop into this, and I hope we can keep growing. There are more possibilities, but we need a bigger team!

Luxembourg is trying to make its own name in the international art world. Edward Steichen is known worldwide, and we have his “Family of Man” exhibit which has a timeless, humanistic message. Steichen got together a community of photographers to put together the “Family of Man” exhibit – and on a very small scale Photomeetings is following this heritage by getting together a community of young artists. It's difficult to compete with big countries, but I think photography is good for Luxembourg to concentrate on because there is this heritage.



Marita Ruiter – Director of Galerie Clairefontaine

Your Galerie Clairefontaine 2 has really promoted photography as an art form in Luxembourg. Is photography now accepted as a valid art form, especially 'fictional' photography?

I think much more now. The U.S. is already there, but I believe in Europe this will still take some time. I'm sometimes astonished at who buys photography these days. It really depends on the message that is conveyed in the work of art. Now is the time that everything is already so photobased that people have their doubts.

With new technology constantly evolving, has the art of traditional photography become lost? How important is it for young students to learn more traditional techniques?

I don't think it has been lost. There has been a movement and small community that will always follow these old techniques. Indeed, there's nothing like a nice black and white photo on barite paper – even the paper has a different feeling. But it's very tedious work. Now the younger generation is used to having everything immediately – and traditional techniques take a long time to master. You have to have a lot of time and love for that art, and you invest more than when you have just a digital camera. Still, I think there will always be space for the traditional techniques – people do sometimes long for that nostalgic effect.

*Interview by
Natalie Gerhardstein, AMCHAM* ■

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

EN BREF



March Senior Consult
The only Boardroom Guide

March Senior Consult has opened their boardroom guide practice in Luxembourg. An international experience brought to the regional level. The managing director Sharon D. March was previously the director of Dale Carnegie Institute in Luxembourg which was the first executive training company in the region and also the largest consulting and training company worldwide. A first for the region and a rarity worldwide this supports companies in an unforgiving world. MSC focuses exclusively on personal ethics and personal corporate responsibility. The expertise is based on facts and conviction which is obvious a company cannot buy or force executives to take such actions. Smart people are capable of bad decisions so the best is to strive for excellence. March Senior Consult accompanies and guides at the boardroom level strategic, financial and personal decisions. www.marchseniorconsult.com.

Luxair
Renforcement de la ligne Luxembourg – Milan



Afin de répondre à la demande accrue de sa clientèle affaires, Luxair Luxembourg Airlines va étoffer la ligne Luxembourg – Milan par une rotation supplémentaire en milieu de journée, opérée du lundi au vendredi. Ceci portera le nombre de vols quotidiens à trois, ce qui donnera encore plus de flexibilité pour la planification des voyages, ainsi qu'un accès à de meilleures connexions pour relier d'autres destinations via Milan. Suite au renforcement de la ligne Luxembourg – Milan, le réseau de destinations devra être ajusté en arrêtant les vols vers Turin. Les deux aéroports servant la même zone de chalandise au nord de l'Italie, les clients en partance pour Turin pourront par défaut profiter des vols proposés vers Milan. Plus d'informations: www.luxair.lu.

Cargolux Group
Best Cargo Airline in Italy



Cargolux Group was named Best Cargo Airline in Italy at the annual ANAMA Quality Award Italy event in Milan. More than 250 invited guests from the Italian forwarding community and members of ANAMA, who cast their vote in a number of categories including their preferred airline, attended the gala dinner in July 2012. With this award, ANAMA, the Italian Freight Forwarders Association, has honored Cargolux for the third time since 2008. "We are very proud and honored by the trust and confidence our Italian customers have shown us, said Frank Reimen, President and CEO of Cargolux. It is our goal to provide only the best service to the Italian freight community and this award is a great encouragement to perform ever better". "This award is another appreciation of the hard work and excellent results that the Cargolux sales team has achieved in Italy in their role as Global Sales Agent for our company", Pierandrea Galli, CEO of Cargolux Italia, added.

OST Concept
Ein neuer Webseite online



Das luxemburgische Unternehmen hat seine Webseite www.ost-concept.lu überarbeitet. Der Experte für Treppen, Dressing/Stauraumsysteme und Schiebetüren zeigt auf den neuen Seiten viele nützliche Informationen und Bilder rund um seine Produkte und Dienstleistungen. Die intuitive Menüführung der neuen Webseite erleichtert dem Besucher das Navigieren und ermöglicht so den schnellen Zugriff auf die gewünschten Informationen. In den einzelnen Produktbereichen geben viele Bildbeispiele Inspiration und zeigen vielfältige Möglichkeiten der Treppen- und Raumgestaltung. OST Concept betreut seine Kunden von der ausführlichen Beratung und Planung bis hin zur fachgerechten Montage. Tino Schreier, Diplom-Ingenieur für Holztechnik und Geschäftsführer von OST Concept, ist seit über 15 Jahren im Treppenbau tätig und steht für persönliche Beratung, ausgewählte Qualität und damit für hohe Kundenzufriedenheit. Auf der neuen Webseite finden sich alle Kontaktdaten zu Tino Schreier und seinem Team sowie die Wegbeschreibung zur Ausstellung in Wecker. www.ost-concept.lu.

Leasing automobile

Systemat choisit ALD Automotive pour le renouvellement complet de sa flotte



Avec une flotte de plus de 50 véhicules, la société Systemat a décidé de renouveler son parc et signe un contrat de partenariat exclusif avec ALD Automotive. Cet été a d'ailleurs eu lieu la livraison de ses 15 premiers nouveaux véhicules de société au Car Center d'ALD Automotive à Capellen. Et cette fois encore, ce sont des Peugeot qui ont été mises à l'honneur. Ce contrat de partenariat donne une dimension résolument plus green à la flotte Systemat. En effet, la société a souscrit au programme carbon offset d'ALD consistant à la neutralisation d'émissions de CO₂ par le financement de projets de réduction de gaz à effets de serre à l'échelle planétaire. Ainsi, Systemat, avec la contribution d'ALD Automotive, neutralisera 200 tonnes de CO₂ sur une période de quatre ans pour la flotte concernée. En espèce, ce plan représente 4.800 EUR,

une somme qui sera entièrement reversée à l'association My Climate, A.s.b.l. spécialisée en carbon management, pour le financement d'un projet dans lequel ALD Automotive est investi depuis 2010: l'installation d'un compostage de déchets à Bali. Systemat Luxembourg PSF est un prestataire global de services informatiques qui offre des solutions adaptées aux entreprises du marché luxembourgeois et de la Grande Région. Fin 2011, Telecom Luxembourg, l'ACL et le groupe informatique ARHS s'étaient aussi joints à ALD Automotive pour la compensation de leurs émissions de CO₂ en adhérant à la démarche ALD bluefleet. Au total, ce sont 4150 tonnes de CO₂ qui seront neutralisées à horizon 2014. Depuis la mise en place de la démarche ALD bluefleet fin 2009, la flotte globale d'ALD Automotive a réduit ses émissions de 19.000 tonnes de CO₂. ■

Energies renouvelables

Enovos en Belgique ouvre la plus grande installation de biogaz à Limburg

Le 31 août 2012, Enovos Luxembourg S.A. et ses partenaires de projet Pholpa B.V.B.A. et NPG energy N.V. ont inauguré l'installation de biogaz «Biopower Tongeren» dans la province de Limburg, en Belgique. En présence, entre autres, de la ministre de l'Économie et de l'Innovation, Ingrid Lieten,

du maire de la Ville de Tongres, Patrick Dewael, et de Jean Lucius, CEO Enovos Luxembourg, les machines ont été démarrées et fonctionneront en moyenne 8.200 heures par an.

Il s'agit pour Enovos Luxembourg du premier investissement dans le secteur des énergies renouvelables en Belgique. Par



Patrick Dewael, maire de la Ville de Tongres; Jean Lucius, CEO Enovos Luxembourg S.A.; Ingrid Lieten, ministre de l'Economie et de l'Innovation; Daniel Christnach, Head of Renewable Energies & Cogeneration; Olivier Carlens, Operational Manager, Biopower Tongeren N.V.

ailleurs, cette installation de biogaz est la première en son genre dans le Benelux à utiliser un réservoir de pré-fermentation permettant une production plus élevée de biogaz. Située dans une région majoritairement agricole, cette installation fermentera principalement le maïs cultivé en étroite coopération avec les agriculteurs locaux dans un rayon de 20 km. Le biogaz respectueux de l'environnement qui en résultera sera converti en électricité via un moteur puis transmis dans le réseau électrique local. La chaleur résultant de ce processus sera utilisée pour faire sécher les substrats de fermentation. Ces substrats retourneront ensuite dans les champs sous la forme de fertilisants peu odorants et de haute qualité, produisant ainsi un cycle fermé.

«Avec une capacité de 2,8 MW, le volume d'électricité générée correspond à la consommation annuelle de 6.500 ménages et à une réduction annuelle des émissions de CO₂ de 10.000 tonnes, constituant ainsi une étape importante

en vue de l'expansion des énergies renouvelables», a déclaré Daniel Christnach, Head of Renewable Energies & Cogeneration chez Enovos Luxembourg. En collaboration avec les partenaires du projet, la capacité de l'installation pourra être étendue jusqu'à 5,6 MW, ce qui suffirait pour fournir de l'énergie verte à l'ensemble des ménages de la Ville de Tongres.

Jean Lucius, CEO Enovos Luxembourg, souligne: «La participation à Biopower Tongeren N.V. souligne l'engagement conséquent d'Enovos dans le secteur des énergies renouvelables. Ainsi, nous sommes heureux que la mise en œuvre de ce premier projet illustre cet engagement désormais également sur le marché belge.»

Enovos Luxembourg S.A. détient une participation de 24,9 %. Les développeurs du projet, NPG Energy N.V. et Holpha BVBA, sont impliqués à titre de partenaires additionnels dans la société du projet, Biopower Tongeren N.V., chacun détenant respectivement 47,6 % et 27,5 % des parts de l'installation. ■

Nouvelle fonction

Changement de gérance chez apart

Depuis début juin 2012, Dan Neven, directeur artistique depuis 2005 et associé depuis 2009, exerce désormais la fonction de gérant et d'associé majoritaire de l'atelier graphique apart, suite au départ de Claude Gaasch, co-fondateur et ancien gérant de la société. Dan Neven est sou-

tenu par Isabelle Mersch, associée de l'atelier depuis 2011 et Claude Folschette, qui vient d'intégrer l'équipe récemment. Diplômé en communication visuelle et publicité à l'Académie des beaux-arts à Bruxelles, Dan Neven témoigne aujourd'hui d'une expérience de plus de 10 ans dans la

EN BREF

BNP Paribas Personal Investors

Nouveau site Internet

Informatif et transactionnel afin d'offrir un meilleur service à sa clientèle (clientèle particulière et partenaires professionnels), le nouveau site est disponible en français, anglais et allemand. Il s'appuie sur la plate-forme technologique Euroweb (déjà développée pour les sites Internet de Cortal Consors France et Allemagne) et le know-how de BGL BNP Paribas pour traiter les opérations réalisées en ligne par les clients (ordres de bourse, achat/vente sur fonds d'investissement, virements, etc.). Avec ce nouveau site, les clients bénéficient de nouvelles fonctionnalités, notamment le courtage en ligne, la personnalisation de la relation, la préouverture de compte en ligne, des informations financières avec des contenus fournis par Dow Jones, Trading Central, Morningstar et BNP Paribas... le tout avec une ergonomie simplifiée. L'identité visuelle spécifique du nouveau site Internet de BNP Paribas Personal Investors Luxembourg a été développée avec le concours de l'agence de communication Vanksen. www.bnpparibaspersonalinvestors.lu.



Peintures Robin – Keim Farben

Désormais partenaires

Cet été, une petite délégation des Peintures Robin a visité la société Keim à Augsburg. Le fondateur Wilhelm Keim développa en 1878 la première peinture silicate et il peut être considéré comme inventeur de cette technique. Les peintures silicates ou encore minérales sont surtout utilisées dans le domaine de la restauration de bâtiments et monuments historiques. Peintures Robin fut fondé en 1927 à Useldange, et est devenu au fil des années le numéro un parmi les producteurs de peintures au Luxembourg. Actif dans les domaines bâtiments, industrie, carrosserie et chimie, Robin commercialise ses produits surtout sur la Grande Région, mais de plus en plus également dans les pays limitrophes Belgique, Pays-Bas, France et Allemagne. Les gammes Robin et Keim sont parfaitement complémentaires et les deux sociétés se promettent un accroissement de leurs ventes et une meilleure intégration des marchés par leur collaboration.



ABES S.à r.l. & Howatec GmbH

Stahl-Innovationspreis für neuartiges mobiles Hochwasserschutzsystem

Am 27. Juni 2012 ist der Stahl-Innovationspreis verliehen worden. Insgesamt 13 Preisträger nahmen in Düsseldorf ihre Auszeichnungen entgegen. Unter ihnen die ABES S.à r.l. & Howatec GmbH, die mit ihrem völlig neuartigen mobilen Hochwasserschutzsystem den Preis in der Wettbewerbsgruppe „Produkte aus Stahl“ gewinnen konnten. Das Befestigungselement des Hochwasserschutzsystems basiert dabei auf der von ABES vor rund 10 Jahren patentierten 3p-Technologie, die auch in Luxemburg vieltausendfach eingesetzt wird. Mit 658 eingereichten Projekten erzielte der Wettbewerb eines der besten Ergebnisse seit Bestehen. Er ist mit Preisgeldern in Höhe von insgesamt 70.000 Euro dotiert. Der Stahl-Innovationspreis, der seit 1989 alle drei Jahre ausgelobt wird, ist einer der bedeutendsten Wettbewerbe seiner Art in Deutschland. Kein vergleichbarer Wettbewerb in Deutschland kann eine so hohe Beteiligung verzeichnen. Der Stahl-Innovationspreis wird seit 23 Jahren verliehen, um innovative Ideen und Produkte zu fördern, ins Licht der Öffentlichkeit zu bringen und ihnen bei der erfolgreichen Positionierung im Markt zu helfen. Zahlreiche Gewinner früherer Wettbewerbe haben bereits von der Auszeichnung profitiert und Erfolgsgeschichten geschrieben. Für weitere Informationen und die Preisträger: www.stahl-info.de.



LeasePlan

Nouvelle génération de fleetreporting

LeasePlan, leader mondial de la gestion de flottes automobiles, lance la nouvelle version de son outil de reporting en ligne. Celle-ci adopte un nouveau look, propose une compatibilité élargie, et surtout, propose un package encore plus complet de fonctionnalités avec un format plus dyna-

EN BREF



mique, ce qui rend l'outil plus attrayant. Les clients peuvent désormais obtenir des rapports adaptés à leurs besoins grâce à un accès et à une configuration facilitée. La compatibilité de l'outil aux navigateurs principaux, tant sur Windows que sur

Mac, mais également aux différents smartphones et tablettes permet au gestionnaire de parc d'utiliser son iPad pour faire le suivi de son parc et avoir accès aux paramètres essentiels. Cela permet aux responsables de flottes qui, pour la plupart, ne s'occupent pas de la gestion de parc à plein temps, d'avoir un accès direct et ciblé aux données clés sans se retrouver devant d'énormes tableaux à analyser. Ils peuvent ainsi accéder directement à l'information la plus utile. Avec cet outil, une analyse plus en profondeur des coûts est possible par rapport aux composantes du TCO. Pour plus de détails: www.leaseplan.lu.

PwC

La brochure «Securitisati-
on in Luxembourg»
maintenant en allemand

Le secteur de la titrisation a connu des évolutions considérables, tant au Luxembourg qu'à l'international, depuis la

parution de la brochure en 2007. Cette nouvelle édition, désormais disponible en allemand, 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. Elle s'adresse à l'ensemble des acteurs du marché de la titrisation, fournit une introduction générale dans le domaine et présente les notions fondamentales et les principaux types d'opérations de titrisation. La brochure «Securitisati- on in Luxembourg» est disponible en allemand et en anglais et peut être téléchargée sur le site internet de PwC Luxembourg: Allemand: www.pwc.lu/en/securitisation/docs/pwc-securitisation-de.pdf; Anglais: www.pwc.lu/en/securitisation/docs/pwc-securitisation2012.pdf.

Skwyz

La carte de visite du 3^e millénaire

Skwyz est une carte de visite électronique matérialisée par un bracelet, une carte ou un médaillon qui s'échangent à la simple lecture du code unique de chacun. Dès lecture de votre code, votre carte sera stockée dans le smartphone de votre contact ou ami. Toutes les modifications que vous ferez alors dans votre compte (changement de numéro de téléphone, changement d'adresse ou autres) seront automatiquement mises à jour dans tous les smartphones de vos contacts ou amis. Votre Skwyz sera selon vos besoins «PRO» ou «FUN» et il pourra intégrer: photos, vidéos, liens vers vos réseaux sociaux favoris, ... Avec Skwyz, plus aucun contact perdu, dès l'acquisition de votre Skwyz, vous téléchargez gratuitement l'app SKWYZ (appstore et très prochainement Googleplay) vous activez votre compte et créez votre carte à votre image. Et si vous perdez votre smartphone, votre compte est aussi sur votre PC, vous avez juste à la réinstallez sur votre nouveau smartphone. Les bracelets, cartes et médaillons SKWYZ sont à la vente sur www.skwyzshop.com.

«Sensibiliser les entreprises et les institutions au changement climatique, favoriser une utilisation réfléchie des ressources énergétiques et considérer la compensation volontaire de leurs émissions de CO₂» sont les maîtres-mots de la campagne paperJam – MyClimateLux, lancée à l'occasion du 10^e anniversaire du premier média économique et financier du

création d'identités visuelles et de campagnes publicitaires.

Claude Folschette, directeur artistique avec plus de 6 ans d'expériences dans la conception et le design d'interfaces innovantes, a créé sa propre entreprise «i like» en 2011 avant d'intégrer la société apart en 2012, offrant ainsi une nouvelle compétence à l'agence dans les domaines du design mobile et web.

Directeur administratif et juriste de formation avec plus de 13 ans d'expérience dans le domaine du conseil aux entreprises, Isabelle Mersch se charge principalement de la coordination des projets.

L'agence apart, dont l'équipe est complétée par les graphistes Nadia Recken et Mike Lamy, est aujourd'hui présente dans tous les domaines d'intervention du design graphique et profite d'une reconnaissance affirmée sur le plan national et international; apart a



été récompensée à plusieurs reprises aux European et reddot design awards, sans oublier les Communication & Design Awards au Luxembourg.

Ressources énergétiques

Le mensuel économique et financier paperJam remet un chèque de 50.000 EUR à l'A.s.b.l. MyClimateLux

Grand-Duché. Cette action était accompagnée d'une opération de collecte de fonds, à laquelle une cinquantaine d'entreprises ont participé, et grâce à laquelle l'A.s.b.l. MyClimateLux a pu bénéficier d'un chèque de 50.000 EUR.

La somme sera utilisée pour financer un projet d'optimisation du rendement énergétique au Malawi. Ce projet consiste à remplacer les fours traditionnels et les installations de séchage du tabac par des modèles plus efficaces en termes énergétiques. Outre la réduction d'émissions de CO₂, ce projet vise aussi à réduire l'utilisation de combustibles non renouvelables, et de limiter le déboisement.

En présence de représentants des 50 entreprises partenaires de l'action, Mike Koedinger, CEO et fondateur de Maison Moderne, éditeur de paperJam, a remis le chèque aux représentants de MyClimate, à savoir Joëlle Welfring (Tudor) et Pit Wolff (Energieagence) «Il m'était important de lier les 10 ans de paperJam à une action de sensibilisation – la coopération avec MyClimateLux s'est ensuite imposée d'elle-même.



Et nous sommes fiers d'avoir réussi à sensibiliser 50 entreprises responsables et de réunir ainsi 50.000 EUR pour MyClimateLux», a déclaré Mike Koedinger. Pour Erny Huberty (Enovos), secrétaire général de MyClimateLux, «il est très important que des acteurs de premier plan, comme paperJam, réussissent à mobiliser des entreprises à s'engager dans une démarche responsable». Initialement, la remise du chèque aurait dû être accompagnée par l'envol d'une montgolfière. Celle-ci a été confectionnée par les entreprises participant à l'action, en assemblant les panneaux personnalisés par leurs collaborateurs, qui y ont inscrit leurs messages et promesses symbolisant leur engagement pour le

projet MyClimate. Malheureusement, et ironie du sort, l'envol de la montgolfière a dû être reporté à plusieurs reprises et finalement annulé en raison

d'une météo capricieuse. En marge de la remise du chèque, chaque entreprise a ainsi reçu des mains de Mike Koedinger un morceau du ballon de la montgol-

fière en guise de souvenir et de témoignage de l'action paperJam – MyClimateLux. Plus de renseignements: www.myclimatelux.lu. ■

Certification

Médaille d'or pour le bâtiment de P&TLuxembourg à Kayl

Le bâtiment de P&TLuxembourg à Kayl vient d'obtenir la certification «Gold» de la DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen). Inauguré le 11 octobre 2011 en présence de nombreuses personnalités du monde politique et économique, ce bâtiment d'une surface de quelque 5.800 m² est le siège d'Editus, filiale de P&TLuxembourg.

Cette certification «Gold» est la plus complète du point de vue environnemental en Europe. Elle est l'aboutissement d'un processus qui a accompagné la réalisation du bâtiment dès sa planification en veillant au respect de critères

écologiques, économiques et sociaux très stricts. Dans ce projet immobilier, tout a été réfléchi afin d'utiliser le moins de ressources possibles et de limiter au maximum l'impact sur l'environnement.

Dans le classement international dressé par la DGNB, le bâtiment de P&TLuxembourg figure au 2^e rang des constructions les plus écologiques.

Conscient de son impact sur l'environnement, P&TLuxembourg s'engage depuis plusieurs années en faveur du développement durable de ses activités dans le cadre d'une stratégie globale incluant une politique immobilière écologiquement responsable. ■



VOTRE PARTENAIRE À LUXEMBOURG

LUXEMBOURG CONVENTION BUREAU



Luxembourg, une ville de rencontre par excellence où travail et détente se succèdent harmonieusement dans la même journée. Le fil conducteur de votre événement à Luxembourg: un cadre de réunion propice à la communication, une pause stimulante, un déjeuner exquis de spécialités luxembourgeoises, des soirées séduisantes et une détente sympathique au hasard des ruelles et cafés-terrasses des quartiers historiques.

Profitez du savoir-faire des «pros» de Luxembourg, qui vous apporteront les conseils et les services qualifiés que vous attendez, en accord avec vos souhaits et vos besoins!



Nouvelle brochure téléchargeable sur www.lcb.lu

luxembourg
convention bureau

Luxembourg Convention Bureau - 30, Place Guillaume II - L-1648 Luxembourg
Tél.: (+352) 22 75 65 - Fax: (+352) 46 70 73 - convention.bureau@lcto.lu



Maison natale de Robert Schuman

Promotion touristique

L'ONT au diapason: marketing touristique pour la Grande Région

Promouvoir le Luxembourg dans la Grande Région est une des nouvelles missions attribuées à l'ONT dans le cadre de son évaluation organisationnelle et structurelle. Lancée il y a quelques mois sous forme d'interviews, la série d'articles «l'ONT au diapason» présente les actions majeures et les services de l'Office.

Le projet: «Création d'un concept de marketing transnational commun pour le tourisme dans la Grande Région» repose sur l'idée de développer un marketing touristique commun pour la destination Grande Région. La soumission au programme Interreg IV-A qui entre dans le cadre du Fonds Européen de Développement Régional (FEDER), se fonde sur la «Vision d'avenir 2020» développée lors du Sommet de la Grande Région. Il y est mentionné qu'un marketing touristique commun est nécessaire.

Ce projet, soutenu du côté luxembourgeois par le ministère du Tourisme, reprend cette mission et les objectifs qui y sont liés. En même temps, il constitue le cadre du développement des mesures qui se déclinent en marketing interne et marketing externe à l'adresse des clientèles-

cibles, ainsi qu'en actions de qualification et de coopération à destination des professionnels du tourisme.

Georges Heiderscheid, économiste en mission à l'ONT depuis 1996, est le représentant de l'ONT au sein du groupe de travail «concept marketing touristique commun pour la destination Grande Région».

Quel espace couvre la Grande Région?

Georges Heiderscheid: L'espace de la Grande Région représente un territoire de 65.401 km² et regroupe quelque 11,2 millions d'habitants. La Grande Région inclut, outre le Luxembourg, la Sarre, la Rhénanie-Palatinat, la Lorraine avec les départements de la Moselle, de Meurthe et Moselle, les Vosges, la Wallonie et les cantons de l'Est de la Belgique.

Quels sont les objectifs du groupe de travail?

Georges Heiderscheid: L'objectif du projet repose sur la coopération dans le développement des actions. La grande particularité du projet réside dans le fait que pour la première fois, un groupe de travail unique et transfrontalier met en place des actions de marketing planifiées. Ce groupe d'experts est composé des responsables du tourisme nationaux et régionaux de la Grande Région. Un bureau dédié au projet est destiné à mettre en œuvre et à coordonner les actions décidées par les partenaires du projet. Sa mise en œuvre apportera équitablement une valeur ajoutée à tous les territoires de la Grande Région. Les principaux objectifs du projet sont: l'élaboration d'un plan marketing pour le tourisme de la Grande Région à la fois

innovant et fédérateur; la mise en œuvre d'actions novatrices dans le domaine de la communication, par exemple, au moyen des nouvelles technologies de l'information et de la communication; le renforcement de la notoriété de la Grande Région en tant que destination touristique; l'intensification du tourisme de proximité au sein de la Grande Région, la valorisation du potentiel existant et de l'offre préexistante; la création d'une valeur ajoutée, bénéfique à tout le territoire.

Le Luxembourg peut-il tirer un bénéfice direct de ce projet?

Georges Heiderscheid: Le projet permettra notamment la sensibilisation des prestataires touristiques luxembourgeois à une collaboration transfrontalière. Pour le Luxembourg, il permet également d'inscrire l'offre touristique régionale dans une démarche collective, et de lui donner une visibilité supplémentaire. Nous profitons directement du réseau de distribution et de communication de nos partenaires en Grande Région. Ainsi, nous comptons, par le biais du projet, attirer des clientèles touristiques de la Grande Région au Luxembourg. Nous souhaitons développer le tourisme de proximité, soit un réservoir démographique de 11,2 millions de personnes de la Grande Région, se situant dans un rayon à 2 heures du Grand-Duché.

Quelles sont les actions concrètes lancées sur le terrain?

Georges Heiderscheid: Le premier sujet retenu pour illustrer le thème «Gastronomie» au cours de l'année 2011 a été l'édition de la brochure «*Gourmet-Découvertes gastronomiques dans la Grande Région*». C'est dans ce contexte qu'a été effectué un inventaire des établissements gastronomiques étoilés de la Grande Région. Cette brochure de 48 pages et son encart de 24 pages ont été imprimés à 30.000 exemplaires. Le magazine présente tous les chefs étoilés de la Grande Région, des idées de recettes et des articles consacrés à des thèmes gastronomiques, ainsi que des réseaux culinaires et des adresses utiles axées sur le thème de la gastronomie. L'en-

cart complète le magazine en y ajoutant des offres touristiques avec possibilité de réservation destinées à des particuliers et à des groupes, ainsi qu'un calendrier des manifestations gastronomiques.

La *carte touristique de la Grande Région* connaît déjà sa 2^e édition. Editée en allemand, français, anglais et néerlandais, elle a été publiée en 250.000 ex. Elle indique les principaux espaces de loisirs et les destinations culturelles de la Grande Région. Les grands centres d'intérêt de chaque partenaire sont également mentionnés, de même que les lieux où les brochures sont disponibles.

Le magazine «*Culture – architecture et Art Moderne*» propose des excursions pour une journée, pour le weekend ou pour un court séjour. Un encart «*Tour culturel*» réunit un grand nombre d'offres forfaitaires sur l'art et l'architecture, et facilite le voyage culturel. Le magazine fait le lien entre les formules culturelles traditionnelles et les bons plans d'amateur d'art.

«*Parcs, jardins, châteaux forts et châteaux*» regroupe plusieurs idées d'excursion en Grande Région à l'adresse de voyageurs individuels. La brochure avec carte de localisation déborde d'attractions touristiques et culturelles. Conseils gastronomiques et suggestions pour l'hébergement y sont proposés, et les spécialités locales sont mises en valeur.

Le magazine «*Die Grossregion*» / «*La Grande Région*» paru en juin, traite, au travers d'une approche journalistique, de la présence de l'Europe dans la Grande Région. On y parle de Robert Schuman, du patrimoine culturel européen à visiter, des lieux de mémoire, de l'espace Sarrelorlux et de sa création artistique, ainsi que de nombreux autres sujets touchant à l'Europe.

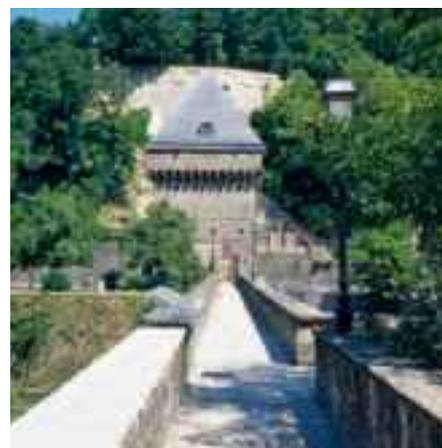
Un professionnel individuel du tourisme luxembourgeois, ou un groupement d'hôtel peut-il en tirer un profit direct, et en quels termes pourra-t-il collaborer?

Georges Heiderscheid: Outre la mise à disposition des brochures que je viens de décrire, au dépôt de l'ONT (depot@ont.lu), un tout nouveau projet est en cours: le *e-learning* à l'adresse des professionnels du

tourisme. Ce logiciel répond à toute question relative au tourisme et aux attractions à découvrir en Grande Région. Des éléments Web 2.0 mettent l'internaute en réseau et l'aident dans la formation continue en commun: www.tourisme-grande-region.eu.

Parlez-nous de la formation d'accompagnateurs de voyage au tourisme.

Georges Heiderscheid: Après un état des lieux des formations existantes dans la région, un programme de formation continue a été établi, et la formation sera lancée dès cet automne. Le cursus est développé en commun. Le but est d'étendre les compétences des accompagnateurs aux thématiques de la Grande Région. ■



Le circuit Wenzel relie la ville haute et la ville basse de Luxembourg



Georges Heiderscheid, économiste en mission à l'ONT, est le représentant de l'ONT au sein du groupe de travail «concept marketing touristique commun pour la destination Grande Région»

Georges Heiderscheid est votre interlocuteur direct pour toute question de communication à l'égard de la Grande Région.

Georges Heiderscheid, Marketing Operations – Office National du Tourisme – Tél.: (+352) 42 82 82 37
Fax: (+352) 42 82 82 38 – E-mail: georges.heiderscheid@ont.lu – www.visitluxembourg.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.



■ Bénédicte Schmeer

Attachée juridique,
Département Avis et Affaires juridiques

Bénédicte est attachée juridique au sein du Département Avis et Affaires juridiques. Dans le cadre de ses fonctions, elle est chargée de rédiger des avis sur les projets de lois et projets de règlements grand-ducaux. En effet, la Chambre de Commerce intervient dans la procédure législative et émet chaque année plus d'une centaine d'avis. Le Département dispose de larges compétences en droit du travail, droit civil, droit commercial, droit des sociétés, droit fiscal, concurrence déloyale, sécurité sociale, propriété intellectuelle, marchés publics, arbitrage, etc. Par ailleurs, Bénédicte fournit de manière ponctuelle une assistance juridique aux autres départements de la Chambre de Commerce et défend également les intérêts des différents secteurs économiques au sein de commissions et groupes de travail. Au quotidien, Bénédicte effectue des recherches et analyses juridiques en droit national et communautaire. Elle suit l'actualité juridique, politique et

économique au niveau national et européen et a des contacts réguliers avec des acteurs clés issus notamment des ministères et fédérations professionnelles. Elle a fait du droit du travail et de la sécurité sociale sa spécialité. Afin de maintenir et développer son expertise dans ces deux domaines, elle participe à des conférences et rédige les chroniques de jurisprudence en droit du travail. De manière générale, Bénédicte apprécie la variété et la complémentarité de ses activités, en particulier son rôle actif dans le processus législatif et réglementaire luxembourgeois. Sportive, Bénédicte partage ses loisirs entre la course à pied, le ski, le cinéma d'auteur et le jazz.



■ Danièle Hermes

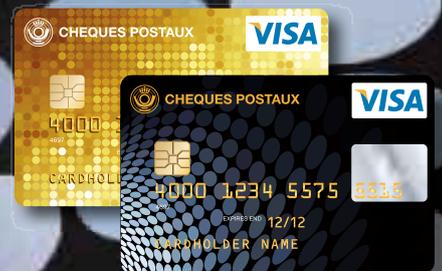
Secrétaire,
Secrétariat de Direction

En tant que secrétaire, Danièle accompagne la direction dans la gestion d'un agenda très souvent chargé. Elle réceptionne le courrier, reçoit les nombreuses communications téléphoniques, trie les informations et les documents nécessaires au bon déroulement du planning quotidien. Gestionnaire de l'emploi du temps de la direction, elle doit coordonner efficacement les nombreux rendez-vous, réunions et missions à l'étranger. A ce titre, elle s'efforce de répondre à toutes les questions et demandes. Outre les tâches classiques de secrétariat, Danièle assure le suivi et la mise en ligne des projets de loi, pour lesquels la Chambre de Commerce est saisie. Danièle apprécie le travail d'équipe et les contacts réguliers avec les collaborateurs de la

Chambre de Commerce, les ministères et administrations publiques, les associations et fédérations professionnelles, les Ambassades et les Chambres de Commerce Internationales. Pour elle, le sens de l'organisation et des responsabilités est essentiel pour le métier qu'elle exerce. Danièle passe ses loisirs à s'évader dans des livres de science-fiction et des romans policiers. Elle aime également les longues promenades, les soirées entre amies et chiner sur les marchés aux puces.

Les nouvelles Cartes Gold & Prestige

Avoir des privilèges n'est plus un privilège



CCP

Offrez-vous plus de confort et d'assistance.



Division des Services Financiers Postaux - L-2997 Luxembourg - Téléphone gratuit : 8002-4334 - www.pt.lu

ec+ P&TLuxembourg : acteur du développement durable.

Arend & Fischbach : la construction d'un succès

En immobilier, il ne suffit pas de construire et de vendre, il faut le faire avec le souci de la qualité, de la longévité en tenant compte de ce dont le client a vraiment besoin. Ajoutez-y une attention particulière accordée aux sites et emplacements de construction, et vous avez les ingrédients de la philosophie d'un des acteurs phares du marché luxembourgeois, le groupe Arend & Fischbach.

Depuis plus de vingt ans, l'association Arend & Fischbach réalise des promotions et des opérations immobilières avec la passion permanente de la localisation géographique et de l'optimisation énergétique au meilleur rapport qualité/prix.

Plus de deux décennies de croissance qui mettent en évidence la maîtrise que le groupe a acquise dans un secteur sans cesse exposé aux évolutions les plus diverses, qu'elles soient économiques, technologiques ou sociologiques.

C'est en 1989 que Nico Arend et Carlo Fischbach décident de s'associer pour se lancer dans la promotion immobilière. Nico Arend a entamé sa carrière professionnelle en tant que comptable de deux entreprises de construction, avant de lancer son premier bureau fiduciaire à Mersch. Quant à Carlo Fischbach, après une première expérience en tant qu'associé d'une agence immobilière, il installe sa propre agence dans la ville de Luxembourg et la renommée de son entreprise va vite dépasser les limites de la capitale.

La rencontre des deux hommes, la mise en commun de leurs profils et talents complémentaires, est à l'origine d'un groupe qui s'est rapidement développé, en observant de manière perspicace l'évolution du marché et les besoins des consommateurs. Dans un premier temps, l'association se consacre à la réalisation de lotissements. Au fil du temps, Arend & Fischbach entame également la réalisation d'immeubles résidentiels, si bien qu'aujourd'hui la société est reconnue comme l'un des acteurs les plus importants sur le marché immobilier luxembourgeois. Mais le groupe, qui compte quelque 300 collaborateurs dont une cinquantaine est affectée à son activité principale, la promotion immobilière, s'est aussi lancé dans la réalisation de maisons d'habitation clés en mains, et depuis quelques années, à basse consommation énergétique et passives.



L'attention accordée aux réalités du marché, le pressenti de ses besoins par la réalisation d'immeubles de qualité et le choix de localisations privilégiées ont assuré au groupe un développement solide et continu.

Décidée à valoriser le savoir faire local, la société fait presque toujours appel aux corps de métiers luxembourgeois pour ses réalisations. Le groupe a fait preuve d'une politique dynamique mais prévoyante, axée sur le long terme. Grâce à cette approche pragmatique, il a pu aborder avec sérénité les turbulences que le marché immobilier a vécu ces dernières années.

Bien avant la prise de conscience écologique qui s'est concrétisée par la mise en place du passeport énergétique, Arend & Fischbach s'était déjà engagé dans la construction d'immeubles moins énergivores et plus respectueux de l'environnement.

Ainsi le groupe a été l'un des pionniers nationaux des maisons à basse consommation d'énergie et passives. Cette approche lui a d'ailleurs valu de remporter le premier Prix de l'Environnement pour l'Industrie de la FEDIL, la Business Fédération Luxembourg décerné en 2003 à une des sociétés du groupe, l'entreprise Massiv-Passiv.

La démarche globale des sociétés du groupe Arend & Fischbach, ainsi que sa remarquable connaissance des attentes du marché, lui ont tôt valu la confiance des banques de la place et notamment depuis le début, celle de la Banque Internationale à Luxembourg. Selon Nico Arend, « la BIL a toujours accompagné de manière positive l'évolution de notre groupe.

Chaque projet est spécifique, dans le cadre d'un lotissement, d'un terrain, d'un **contexte environnemental**.

Nico Arend & Carlo Fischbach



Ce que nous apprécions est l'écoute proactive de ses collaborateurs. Particulièrement avec notre Responsable de relation Georges Mines. Nous nous appuyons sur sa constante attention et sa recherche de solutions optimales qu'il peut nous fournir grâce aux équipes spécialisées de la BIL. Forte de son ancrage local, la BIL peut nous proposer des financements réfléchis et appropriés à nos besoins spécifiques.»

BIL: le respect du savoir-faire du client

Pour Georges Mines, Responsable de relation PME à la BIL, qui suit personnellement le dossier du groupe Arend & Fischbach depuis plus de vingt ans, « il est essentiel d'être à l'écoute du client afin de comprendre sa stratégie de développement et les spécificités de son domaine d'activité. L'analyse permanente du marché dans lequel il évolue nous permet de proposer les instruments et solutions de financement les plus ajustés à ses besoins propres.»

UNE BANQUE À VISAGE HUMAIN

Nous nous engageons à concevoir des produits élaborés et à développer des solutions novatrices répondant aux besoins des Corporates, PME, professions libérales et indépendants.



Georges Mines, directeur-adjoint et responsable du Real Estate Desk de la BIL, Responsable de relation PME à la Banque Internationale à Luxembourg

