de letzebuerger
Merkur
Bulletin de la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

CHAMBRE DE COMMERCE LUXEMBOURG

7/2003 • août/septembre

La logistique
en entreprise

Dossier

La logistique: Nouveau gisement de productivité pour l'entreprise

Commerce extérieur

Portrait: The British Chamber of Commerce in Luxembourg

Economie

Rapport sur la compétitivité de l'économie luxembourgeoise

www.cc.lu

Voir **loin ...**

Pour optimiser les contours de votre situation patrimoniale future, la BCEE détecte, parmi les opportunités d'aujourd'hui, les avantages de demain et vous apporte, par ses conseils, une véritable vision à long terme.

... *voir* **mieux**

SPUERKEESS

www.bcee.lu

Editorial

Budget 2004:

La fin des années fastes

Lors de la présentation du projet de budget de l'Etat 2004 fin juillet, le Premier ministre a souligné que les discussions budgétaires furent particulièrement difficiles cette année, ceci surtout en raison de la morosité conjoncturelle frappant l'Union européenne en général et les principaux partenaires économiques du Luxembourg en particulier. Dans ses grandes lignes, le projet de budget pour 2004 prévoit des dépenses de € 6.477,9 millions et des recettes de € 6.390,1 millions, donc un déficit de € 87,8 millions. Le gouvernement a décidé de faire preuve de retenue au niveau des dépenses totales, dont la hausse ne sera que de 2,03 % par rapport au budget 2003, ce qui constitue la progression la plus modeste depuis 1987. Afin de ne pas étouffer les signes de relance conjoncturelle pour 2004, le gouvernement maintient en même temps un niveau élevé des investissements, dont le volume augmentera de 8,8 % en 2004 pour atteindre un total de € 684,16 millions, équivalant à 2,8 % du PIB ou à 10 % des dépenses totales de l'Etat.

La Chambre de Commerce salue les efforts du gouvernement pour maintenir le niveau élevé de dépenses d'investissement, car celles-ci profitent directement à certains secteurs de l'économie luxembourgeoise largement affectée par la morosité de l'environnement économique. En ce qui concerne les dépenses courantes, la Chambre de Commerce constate que celles-ci continuent à augmenter à une allure alarmante, avec une progression de 5,1 %, ce qui reflète l'incapacité du gouvernement à contrôler les dépenses de consommation de l'Etat. Preuve, s'il en fallait, que le Luxembourg ne se sent toujours pas prêt à s'attaquer aux «droits acquis» ou aux dépenses jugées «incompressibles». Ce manque de courage politique à l'aube des élections pourrait revenir très cher au prochain gouvernement si la reprise économique continue à tarder et si les recettes budgétaires sont davantage affectées par la faible croissance économique.

Pour faire face à la baisse des recettes fiscales, le gouvernement a d'ailleurs annoncé que des efforts seront faits au niveau des dépenses pour frais de personnel, notamment en proclamant un arrêt temporaire des recrutements auprès de l'Etat, sauf pour la Police grand-ducale et l'Enseignement. Ce frein à l'embauche au sein de la fonction publique est un signal clair, mais il ne libère pas le gouvernement de sa mission d'assurer le fonctionnement efficace des administrations et du service public. Si le moment est venu d'agir de manière incisive au niveau de la gestion du personnel de la fonction publique et de mettre enfin en œuvre la réforme administrative, il faudra également créer des procédures pour augmenter la productivité du personnel disponible et la qualité des services prestés. L'Etat devra donc faire les mêmes efforts que le secteur privé, qui est obligé de contrôler constamment ses coûts dans un environnement concurrentiel.

La dégradation de la situation du marché de l'emploi ayant entraîné une hausse de 40 % des dépenses du Fonds pour l'Emploi, surtout en ce qui concerne les indemnités de chômage, le gouvernement a décidé par ailleurs de répéter l'opération des années 1998 et 1999 qui consistait en une hausse progressive des prix des carburants et de l'affectation du produit en résultant au Fonds pour l'emploi. La Chambre de Commerce émet ses doutes quant à l'efficacité d'une telle mesure à plus long terme. Est-ce que le gouvernement a fait les calculs nécessaires en matière de l'élasticité-prix des carburants? Jusqu'à quel niveau les prix des carburants peuvent-ils augmenter avant de démotiver les non-résidents de venir faire leur plein au Luxembourg, privant ainsi le pays d'une source de revenus non négligeable? Dans le présent contexte, il s'agit d'une solution de facilité, qui ne saurait être soutenable à long terme.

Afin de financer le déficit de € 87,8 millions du projet de budget 2004 tel que présenté fin juillet, l'Etat a annoncé de faire appel à la réserve budgétaire dont la dotation conséquente des dernières années suite aux bonnes performances économiques avait permis d'atteindre un volume total de € 564 millions. L'Etat procédera également à un emprunt à hauteur de € 200 millions, qui seront principalement affectés aux dotations du Fonds des routes et du Fonds du rail dans le cadre des priorités gouvernementales concernant un concept global de mobilité au Luxembourg. Dans ce contexte, la Chambre de Commerce rappelle que la politique d'investissement du gouvernement a par le passé manqué parfois de sélectivité et a à quelques reprises sous-estimé la nécessité d'un calcul systématique de coût-utilité ou de coût-bénéfice. Le gouvernement doit dorénavant se fixer des priorités en matière de travaux publics. Par ailleurs les frais d'entretien, de gestion et de fonctionnement d'un projet ne sont souvent pas pris en compte ou bien sont sous-estimés.

Le budget social, qui constitue à lui seul 44 % du budget total, et qui augmentera de 4,4 % par rapport à 2003, donc plus que du double de la progression des dépenses totales, reste aux yeux de la Chambre de Commerce un détonateur latent des finances publiques. En effet, les décisions prises au niveau du budget social sont souvent motivées politiquement et non économiquement, ceci dans un souci de satisfaire tout le monde. Ces mesures devraient être beaucoup plus ciblées pour ne soutenir que les personnes qui en ont vraiment besoin.

Les années fastes et les temps de la politique de l'arrosoir sont définitivement révolus.

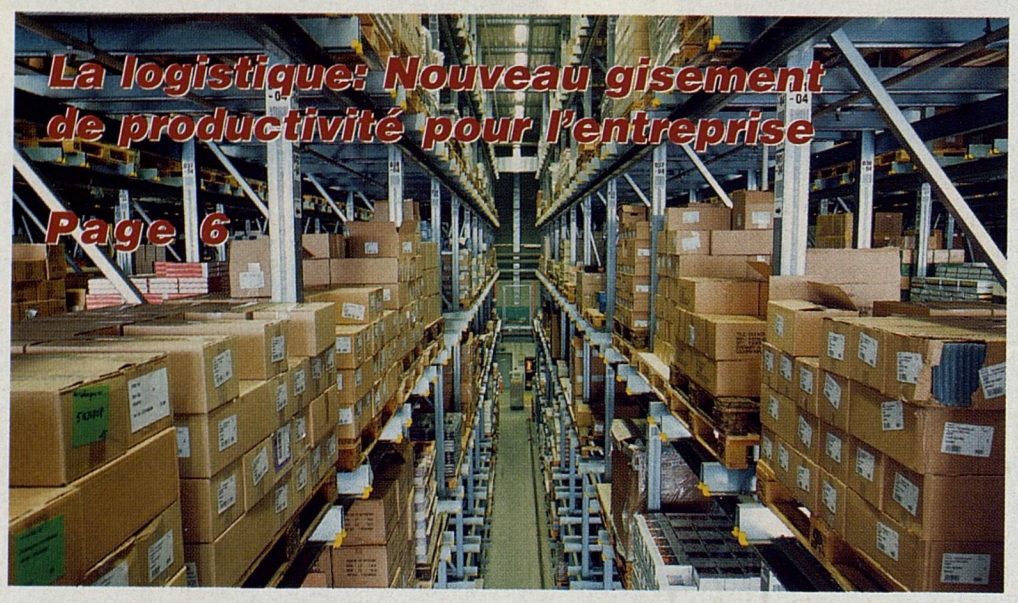
Sommaire

Edito

- Budget 2004:
  La fin des années fastes

  page 3

Dossier



- La logistique: Nouveau gisement de productivité pour l'entreprise

  page 6
- Nouveau cycle de formation:
  La fonction logistique en entreprise

  page 9
- Ecole Supérieure Internationale de Commerce:
  Interview avec M. Claude Mailliard, Directeur de la Filière Logistique

  page 10

Commerce extérieur

- Calendrier CE
- Portrait: The British Chamber of Commerce in Luxembourg

  page 12
- Journée de promotion de l'économie luxembourgeoise à Paris

  page 13
- EU-Mashrek Partenariat
- Appels d'offres

  page 14

Foires et Salons

- Standgestaltung auf regionalen und internationalen Messen

  page 16
- Messen und Ausstellungen im Oktober 2003

  page 20
- China Hi-Tech Fair (CHTF) à Shenzhen

  page 21
- Promotion Commerciale:
  Visites accompagnées aux foires internationales: Inscrivez-vous!

  page 22

Formation

- Les sept conditions d'efficacité de la formation

  page 24
- Forum Création d'Entreprises:
  Devenir chef d'entreprise au Luxembourg

  page 28
- AIDILL – LE Logiciel libre et les outils de gestion de contenu
- Séminaire sur la fiabilité et la sécurité des systèmes informatiques

  page 29

Innovation

- Sixième Programme Cadre de Recherche et Développement européen (6e PCRD):
  Deuxième série d'appels à propositions

  page 30
- www.innovation.public.lu:
  L'innovation et la recherche mises en ligne

  page 32
- Festival des Sciences 2003
- Österreichisch-Luxemburgische Kontakttage zum Thema Informationstechnologie im Transportsektor

  page 33

N° 7 - 2003

Editeur:
Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg
31, boulevard Konrad-Adenauer
Adresse postale: L-2981 Luxembourg
Tél.: 42 39 39-1
Fax: 43 83 26
E-mail: merkur@cc.lu
homepage: http://www.cc.lu

Paraît 10 fois par an
Tirage: 31 000 exemplaires

Reproduction autorisée avec mention de la source. Copie à l'éditeur

Mise en page et impression:
Imprimerie Centrale S. A., Luxembourg

Conception graphique:
Millenium - Bertrange

Crédit photographique:
MEV, Agence Blitz

- Aide à la création d'entreprise: «1,2,3 Go» révèle sa nouvelle orientation stratégique

page 34

Economie

- Rapport sur la compétitivité de l'économie luxembourgeoise: Récent fléchissement de la compétitivité dans les services marchands

page 36

- Echelle mobile: Adaptation des salaires et traitements (+2.5%) au 1er août 2003
- Balance courante du Luxembourg: Réduction de l'excédent courant et nouveau recul des exportations de services

page 37

- Marché de l'emploi: Les dépenses des salariés frontaliers au Luxembourg

page 38

- Tourisme: Les régions rurales touristiques en perte de vitesse depuis 1980

page 39

- Enquête Eurochambres 2004

page 40

Législation

- Harmonisation et modernisation des règles de facturation en matière de TVA

page 42

- Plan d'action national en faveur de l'emploi: Pérennisation de certaines mesures du PAN
- Ministère du travail et de l'emploi: Nouveaux formulaires administratifs

page 43

- Tableau récapitulatif des charges sociales

page 44

- Niveau du salaire social minimum

page 45

- Barème des Indemnités d'Apprentissage mensuelles (minima bruts)

page 46

P.M.E.

- Enquête: Quelles quantités de produits électriques et électroniques au Luxembourg?

page 48

- Séance d'information: La démarche qualité dans l'Hôtellerie
- Emballages et déchets d'emballages: Contrôles par l'Administration de l'environnement

page 50

Commerce

- Les commerces généralistes présents dans la Grande Région Saar-Lor-Lux

page 52

Affaires européennes

- Symposium sur la sécurité des chantiers et l'utilisation des produits dangereux

page 58

- Interactive Policy Making: Nutzen Sie Ihren Einfluss auf die Politikgestaltung in Europa

page 60

Fédérations

- FEDIL, Ministère de l'Economie, Ministère de l'Environnement: Rapport annuel sur les résultats de l'accord volontaire «Energie»

page 62

- La nouvelle redevance autoroutière en Allemagne: Le Groupement Transports reçoit le support du Ministre des Transports

page 63

- L'Institut des réviseurs d'entreprises: Prix belgo-luxembourgeois pour le meilleur rapport environnemental et de développement durable de l'année 2002

page 64

- Confédération luxembourgeoise du commerce: Après l'introduction de la tarification virements, l'augmentation des tarifs postaux!

page 65

- Großregion: Gründung des Arbeitskreises Wirtschaft Luxemburg

page 66

Entreprises

- En bref
- Business package: Projet commun entre le ateac et Sheraton Aérogolf Luxembourg

page 68

- Reisen: Hochzeitslisten auf sales-lentz.lu

page 69

- Sidérurgie: Arcelor veut céder son activité tubes à Condesa
- Boissons Heintz: Einweihung des neuen Standortes in Hosingen

page 70

- Getränkemarkt: Sources Rosport S.A.: Die Produktion läuft wieder
- Sidérurgie: MecanARBED et Paul Wurth regroupent leurs ateliers de fabrication

page 71

Bourse d'entreprises

page 72

Liquidations

page 74

La logistique: **Nouveau gisement de productivité** pour l'entreprise

Nos régions connaissent depuis 30 ans des transformations économiques majeures qui marquent profondément les hommes, bouleversent les activités des entreprises et transforment leur environnement. Ainsi, les activités historiques traditionnelles de l'industrie lourde, socle du développement économique, ont-elles laissé progressivement la place à des industries de transformation et à de nouvelles activités classifiées sous le terme générique de services. Parmi celles-ci, la logistique revêt une importance capitale.

Parmi toutes les activités de service, les activités rassemblées sous la dénomination de logistique, que l'on pourrait définir par «activités participant à l'organisation, à la gestion, à l'exécution et au suivi des opérations liées aux flux physiques des entreprises» ont connu, ces dernières années, une évolution remarquable.

Apparue réellement dans nos entreprises depuis une vingtaine d'années, la logistique s'impose maintenant comme une fonction nouvelle, à part entière, de l'entreprise. Cette fonction s'est initialement développée autour des services Transport-approvisionnement des grandes entreprises industrielles. Ceux-ci s'étaient mis en place avec pour premier objectif la maîtrise et la sécurisation des approvisionnements ainsi que, en aval de la production, la livraison des clients. Conjointement était recherchée une première réduction des coûts logistiques sur les «maillons» transport, manutention et stockage.

Néanmoins, les rôles des différents acteurs de la chaîne des opérations restaient segmentés, sans recherche d'une approche d'ensemble transverse, seule susceptible de générer un gain global. Au début des années 80, certains acteurs, transporteurs essentiellement, ont offert de nouvelles prestations élargissant ainsi leur offre, traditionnellement limitée aux activités de transport-stockage. En même temps le secteur industriel, avec l'industrie automobile comme leader, devait accomplir une véritable «révolution culturelle» dans ses pratiques de l'organisation industrielle.

A la recherche de la qualité totale

En effet, dans un contexte de crise économique et de perte de confiance des clients, exacerbé par la concurrence internationale, cette industrie dut mettre en œuvre, à marche forcée, les idées nouvelles reposant sur la recherche de la qualité totale associée notamment à la mise en place de nouvelles méthodes de gestion des flux (Kanban, flux tirés, ...). Celles-ci impliquaient de procéder à une véritable «chasse au gaspillage», en premier lieu exercée sur les centres de coûts et les opérations sans valeur ajoutée (stockage, ...).

On découvrait ainsi, tardivement, qu'il était rentable d'investir dans l'étude des processus d'amélioration des flux. Ainsi, ces idées qui avaient pour la plupart trouvé leur origine aux Etats-Unis, nous revenaient avec un mode d'emploi testé et validé en Extrême-Orient!

Dès lors, la réponse à ces défis industriels induisait inévitablement l'émergence de la fonction logistique dans les entreprises. La logistique apparaissait bien comme la fonction nouvelle, intervenant aussi bien sur le pilotage des flux que sur leur gestion opérationnelle.

De ce fait, nous sommes passés d'un ensemble d'activités, éclatées dans les organigrammes des entreprises, peu valorisées et considérées comme des sources de coûts mal maîtrisés, à leur structuration dans une fonction logistique transverse à

> « Le secteur des activités logistiques est devenu un des premiers créateurs d'emploi du secteur des services. »

l'entreprise, élément majeur de la productivité globale et de la qualité du service client.

Parallèlement à cette évolution, le secteur économique rassemblant les activités de transport des marchandises a connu de profondes transformations. Globalement, ce secteur qualifié maintenant de prestations de services transport-logistique, a participé largement à l'émergence et à la reconnaissance de la fonction logistique par un comportement proactif vis-à-vis des clients chargeurs. Ainsi, s'adossant aux activités traditionnelles de transport et d'entreposage, de nouvelles prestations de services à valeur ajoutée ont été développées dans les domaines du co-packing, du co-manufacturing et, in fine, du partenariat dans «l'entreprise étendue», concept abouti de l'approche managériale de la Supply Chain.

L'optimisation du transport et de l'entreposage ont largement contribué à la reconnaissance de l'importance de la logistique.

Nos régions ont été naturellement concernées par cette évolution: en effet, d'une part l'industrie est une activité «créatrice de flux de marchandises» régionaux, nationaux et internationaux et, d'autre part, notre situation géographique privilégiée sur un des points majeurs du maillage trans-européen des grands flux d'échanges, représente un avantage naturel incontestable. Ainsi, grâce à la dynamique et l'anticipation des acteurs de terrain, et à l'action des aménageurs et décideurs économiques, nos régions ont pris une avance significative dans le développement des activités logistiques, notamment pour la dynamique d'implantation de plates-formes logistiques. Ainsi le secteur des activités logistiques est-il devenu un des premiers dans la création d'emploi du secteur des services.

La fonction logistique a maintenant trouvé sa place dans nos entreprises en atteignant ses objectifs: réduction des coûts logistiques – donc augmentation de la profitabilité – et amélioration du service client. La logistique qui est, par nature, une fonction transverse à l'entreprise, est également une fonction ouverte, externalisée à des partenaires diversifiés (transporteurs, prestataires) et en relation étroite avec les clients et fournisseurs. Cette vision globale de la logistique a encore pris une dimension nouvelle par l'européanisation et la mondialisation des échanges.

Le Supply Chain Management

Dans sa nouvelle acception de Supply Chain Management, la logistique globale développe la dimension «collaborative» des acteurs de la chaîne logistique, lesquels participent en commun à l'élaboration des prévisions, de la planification, de la gestion des stocks, des mouvements de matières et produits. Cette démarche s'appuie sur des systèmes et supports d'information performants, partagés en toute transparence. Ceci a été largement favorisé par le développement spectaculaire de l'Internet et des TIC, dans la dernière décennie du 20e siècle.

Ainsi, le Supply Chain Management est devenu un outil incontournable au service de la profitabilité de l'entreprise. Il ne s'agit plus seulement de détruire des sources de non-valeur (stocks excessifs…), mais aussi de créer de nouveaux champs de valeur ajoutée. Cette fonction s'appuie sur des hommes bien formés et efficaces, des processus robustes et optimisés, des équipements et moyens matériels adéquats, des systèmes d'informations standardisés et performants et, bien sûr, des infrastructures de communication adaptées.

La mondialisation des activités, le découplage toujours croissant entre les zones de production et de consommation facilité notamment par les TIC, les pratiques de gestion à flux tendus génèrent mécaniquement une augmentation considérable des flux de transport et des besoins nécessaires au développement des activités logistiques (zones d'aménagement spécialisées et ser-

vices connexes, plates-formes logistiques). Ceci interpelle les politiques d'aménagement du territoire au niveau européen, mais également celles des Etats et des Régions, responsables et acteurs chacun à leur niveau des politiques d'infrastructure et de l'impact économique et environnemental des décisions prises dans ces domaines. En effet, la logistique est un levier et un moyen du développement économique, elle est à la fois au service du mouvement et la condition de ce mouvement. Créatrice de valeur ajoutée, la logistique doit être également un acteur responsable et conscient de sa responsabilité «citoyenne», dans ses impacts sur l'environnement, notamment par l'utilisation du territoire et des infrastructures.

Le développement de cette nouvelle fonction crée des besoins en personnels qualifiés, à tous les niveaux de qualification. C'est nécessairement et en premier lieu, par la formation de l'encadrement que les idées et pratiques logistiques doivent pénétrer les entreprises. Ainsi, la formation continue de l'encadrement logistique représente un réel gisement de productivité pour l'entreprise.

C'est dans cet esprit que l'ESIDEC de Metz, leader en France dans la formation continue à l'encadrement logistique et la Chambre de Commerce de Luxembourg, ont mis en place une formation continue de perfectionnement, modulaire, couvrant tous les maillons de la chaîne logistique et répondant aux besoins des cadres d'entreprises. ■

IFCC: L'Institut de Formation de la Chambre de Commerce

L'IFCC est l'organe de formation de la Chambre de Commerce du Luxembourg et a pour vocation de développer et de mettre en œuvre une politique de formation guidée par la qualité et répondant aux multiples besoins en formation exprimés par les entreprises luxembourgeoises.

Par la création de son propre Institut de Formation, la Chambre de Commerce entend doter ses activités de formation d'une nouvelle dynamique, accompagnée d'une visibilité renforcée, tout en privilégiant le principe de prestataire de services dans un domaine, le lifelong learning, considéré à juste titre comme force motrice pour le développement de la compétitivité des entreprises luxembourgeoises dans les années à venir.

L'offre de formation conçue et développée par l'IFCC vise à proposer au public bénéficiaire des produits de formation d'excellent niveau, ciblant au mieux les attentes des ressortissants de la Chambre de Commerce. La satisfaction du client est au centre de toutes nos activités.

Le nouveau Centre de Formation de la Chambre de Commerce prête le cadre approprié pour un déroulement harmonieux et efficace des actions de formation dans un environnement exceptionnel et parfaitement adapté pour la mise en œuvre d'une pédagogie active à forte valeur ajoutée.

IFCC
Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Locaux:
7, rue Alcide de Gasperi • Luxembourg-Kirchberg
Adresse postale:
Institut de Formation de la Chambre de Commerce
L-2981 Luxembourg
Tél.: (+352) 42 39 39 – 220 • **Fax:** (+352) 43 83 26
E-mail: formcont@cc.lu • **Site:** www.ifcc.lu

Nouveau cycle de formation

La **fonction logistique** en entreprise

L'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC) propose à partir du mois d'octobre 2003 aux entreprises intéressées une formation modulaire traitant des aspects les plus variés du management de la logistique en entreprise. L'objet de cette formation est de donner aux participants les éléments clés de la démarche logistique, en partant d'une réflexion conceptuelle globale portant sur l'entreprise élargie à son environnement client/fournisseur. Cette formation est organisée en partenariat avec l'ESIDEC (Ecole Supérieure Internationale de Commerce de Metz), établissement d'enseignement supérieur français, spécialisé dans les disciplines du management de la chaîne logistique, du marketing industriel et du management des achats.

Le cycle de formation se compose de six modules:

Module A: La logistique des flux internes
09,10/10/2003

Module B: La logistique globale et la distribution
20,21/10/2003

Module C: L'organisation de l'entreposage et des manutentions 13,14/11/2003

Module D: La logistique et les échanges internationaux 27,28/11/2003

Module E: La logistique et les systèmes d'information 3/12/2003

Module F: L'audit et la mesure de la performance logistique 12/12/2003

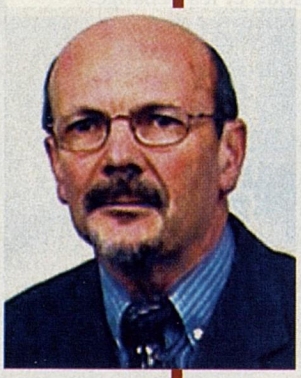
Renseignements et inscription(s):
Institut de Formation de la Chambre de Commerce,
Tél.: (+352) 42 39 39-220, Fax: (+352) 43 83 26,
E-mail: formcont@cc.lu, Site: www.ifcc.lu

Ecole Supérieure Internationale de Commerce

Interview avec M. Claude Mailliard, Directeur de la Filière Logistique

Merkur:
Est-ce que vous pouvez nous présenter brièvement l'historique de l'ESIDEC ainsi que les principales filières de formation proposées par votre école?

Claude Mailliard: Nos trois métiers sont historiquement, la logistique, le marketing industriel et les achats. Dès 1982, la CCI de la Moselle a créé à METZ, le CERELOG, premier centre de formation professionnelle en logistique en France, complété en 1993 par l'ESILOG en formation initiale, ces deux cycles préparant au même diplôme niveau bac+4. En 1988, ouverture de l'ESIDEC, en formation initiale, destinée à former des cadres à double compétence, technique et commerciale, pour les métiers du marketing international des biens et services. En 1991, ouverture du SEMA, 3e cycle spécialisé en Management des Achats.



L'ensemble de ces filières a été restructuré en 2002, par la mise en place d'une offre consolidée sur nos trois métiers. Le nouveau cursus ESIDEC, positionne maintenant nos trois diplômes au niveau bac+5, référence européenne. Il s'agit des filières, Management de la Chaîne Logistique, Marketing Industriel et Management des Achats. Ce cursus propose dans une offre flexible, ouverte aussi bien aux étudiants qu'aux salariés d'entreprises, des parcours qualifiants et diplômants individualisés.

Merkur:
Pourquoi avoir opté très tôt pour cette spécialisation en matière de «Logistique»?

Claude Mailliard: Dès la fin des années 80, la CCI de la Moselle qui avait identifié l'émergence de ces nouveaux métiers, a fait réaliser des études approfondies pour bien cerner le besoin existant et potentiel et, ensuite, proposer une réponse en termes de formation. Ceci a conduit à la création du CERELOG en 1982. La réussite de cette formation qui a largement servi de référence en France et, conjointement, le développement des activités logistiques fortement accentué depuis les années 90, ont justifié l'ouverture de filières nouvelles comme l'ESILOG puis, depuis 2002, ESIDEC Management de la Chaîne Logistique.

Merkur:
Le concept de la logistique a beaucoup évolué au fil du temps. Quelle en est la définition la plus appropriée aujourd'hui?

Claude Mailliard: Le concept de logistique était déjà bien maîtrisé il y a 20 ans; ce qui a évolué, ce sont les moyens permettant de pratiquer la logistique, et cela essentiellement dans le domaine du traitement de l'information: entre la micro-informatique balbutiante des années 80 et la «toile Internet» du 21e siècle, on a le sentiment d'un espace-temps en années-lumière... Par contre, les palettes de 2003, ressemblent fortement à celles déjà utilisées en 1980 et, si nos camions actuels sont plus sûrs, plus confortables et moins polluants que ceux d'il y a 20 ans,

cette évolution reste quand même limitée.

Il y a des dizaines de définitions de la logistique, si l'on veut en choisir une dans une acception de logistique globale, ou Supply Chain Management, on pourrait dire «art de mettre en place et de piloter une organisation transversale destinée à satisfaire un client dans les meilleurs délais et au meilleur coût».

Merkur:
De nos jours beaucoup de PME/PMI sous-estiment le rôle et l'importance de la logistique. Pourquoi à votre avis?

Claude Mailliard: La fonction logistique ne s'est pas imposée du jour au lendemain dans les grandes entreprises, cela s'est fait sous «l'ardente obligation» de la nécessaire profitabilité de l'entreprise et de la qualité du service que l'on doit au client. Ainsi, on est passé d'un ensemble d'activités, éclatées dans les organigrammes des entreprises, à leur structuration dans une fonction logistique transverse à l'entreprise, élément majeur de la productivité globale et de la qualité du service client.

De fait, pour la PME/PMI, le dirigeant d'entreprise assure très souvent ce rôle transverse dévolu au logisticien. Malheureusement, le plus souvent il n'a pas le temps nécessaire pour assurer cette fonction et, en général, n'a pas reçu la formation adéquate pour bien l'assurer. Ceci évolue, des logisticiens commencent à être embauchés dans certaines PME/PMI et, conjointement, la formation continue des dirigeants représente un levier important de la pénétration des idées logistiques dans ces entreprises.

Merkur:
En quoi consiste pour l'entreprise la valeur ajoutée d'une logistique performante?

Claude Mailliard: La logistique, dans son acception entreprise étendue «du client du client au fournisseur du fournisseur», communément admise dans le SCM, intervient sur un processus qui prend comme point de départ la demande du client. Elle est garante de la profitabilité de l'entreprise, laquelle peut être mise à mal par quantité de mauvaises pratiques: approvisionnements mal gérés, stocks trop importants, délais de livraison non tenus, service client défectueux…

La VA d'une logistique performante se lit aisément dans le compte d'exploitation mais, au-delà, la mise en place d'une organisation logistique transverse est un facteur majeur d'amélioration du fonctionnement de l'entreprise, faisant éclater les organisations verticales. Ainsi, la logistique contribue également à libérer des potentialités, jusque-là négligées dans l'entreprise. Par sa vision collaborative, la SCM permet de générer de nouvelles économies, par exemple en réduisant les stocks entre production et distribution (ECR, CPFR…), elle accroît également la réactivité du système et améliore le service au client final.

Merkur:
Votre école coopère activement avec l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce dans la mise en œuvre de la formation «Management de la fonction logistique en entreprise». A qui s'adresse cette formation et quels sont les avantages que le participant peut en retirer?

Claude Mailliard: Le logisticien efficace est une personne bien formée à la résolution des problématiques logistiques. Ceci passe par une connaissance globale des processus logistiques, des systèmes d'informations qui les supportent, de la maîtrise des méthodes d'audit de la logistique et, bien entendu, par une connaissance approfondie de la logistique dans tous ses maillons (approvisionnements, production, entreposage, distribution nationale et internationale).

C'est ainsi que l'ESIDEC et l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce ont conçu le cycle modulaire de «Management de la fonction logistique de l'entreprise». Celui-ci s'adresse aux cadres et dirigeants d'entreprises qui veulent acquérir une qualification reconnue dans le SCM, en suivant le cycle complet. Peuvent également être accueillis avec profit des logisticiens qui veulent remettre à jour leurs connaissances et se perfectionner dans un des domaines proposés (logistique interne ou externe, audit logistique, système d'informations…). Ce cycle est uniquement assuré par des professionnels de la fonction logistique, ce qui garantit un haut niveau de pertinence des contenus et d'adéquation aux problématiques réelles des participants (voir article à la page 9). ■

Portrait

The British Chamber of Commerce in Luxembourg

The British Chamber of Commerce in Luxembourg is an English-speaking forum for contact and communication among decision makers, opinion formers and participants in Luxembourg's local and international business communities. Its objectives are to follow and influence developments in the economic and political world in Luxembourg affecting members' interests, and so contribute to making Luxembourg an attractive place to do business in, and to promote trade between Britain and Luxembourg.

To achieve this, the Chamber organises approximately on a monthly basis events with expert speakers focusing on current issues, as well as social events. It also has a Small Business Focus Group. Recent lunch time and evening business forums, addressed by government ministers and senior business people, have included The Corporate World Post Enron, The Budget, Withholding Tax and Banking Secrecy and The Art of Networking. Social events include a golf day, a summer dinner dance and the Christmas lunch addressed by the British Ambassador (all now annual events), and a wine tasting. The Small Business Focus Group has organised events such as the Luxembourg Chamber of Commerce Assistance for Small Businesses and Luxembourg State Pensions. The high level of attendance at these events provides members with an excellent opportunity for networking and entertaining clients.

All events are regularly sponsored by companies wishing to reach the Luxembourg business community.

In addition, the Chamber works in partnership with other organisations including the British Embassy, The Luxembourg Chamber of Commerce and the chambers of other countries, trade associations such as the Association of Bankers (ABBL) and the International School in Luxembourg (ISL).

Membership is open to all nationalities at four levels: Sustaining Members, Corporate Members, Small Business/Individual Members, and Non-Resident Members. Additionally, a number of key figures in the Luxembourg economic and political communities are Honorary Members. Business activities of the current membership of 175 companies and individuals include financial services, such as accountancy, banking, fund management and tax consultancy; information technology and telecoms; advertising; retailing; travel, courier, relocation and removal services; real estate; the law; and human resources, training and education.

The membership directory is a key feature of the Chamber's web site, which also lists upcoming and past events complete with speakers' presentations. The site has over 70 links to web sites such as British government organisations; Luxembourg administration sites providing information on business conditions in Luxembourg; the European Communities in Luxembourg; general entertainment and tourist information; and Luxembourg oriented portals and search engines. Recently a notice board for other organisations' events of interest to members has been launched.

Upcoming Events include:

- 13-14 September 2003: "Britain in Luxembourg" Exhibition, Foires Internationales at Kirchberg
- Friday 26 September 2003: "Golf Day & Dinner" at the Kikuoka Golf and Country Club. Golf Trophy sponsored by Badenoch & Clark.

Calendrier

Septembre

19.09.
Audiences PHILIPPINES

26.09.
Visite du Président de la Slovaquie

Octobre

8.10.
Visite d'une délégation de Roumanie dans le cadre d'une visite d'Etat au Luxembourg

14-15.10.
Journée Luxembourgeoise à Paris

23-25.10.
EU-Mashrek Partenariat 2003 à Damascus, Syrie

27-29.10.
AEBF Asia-Europe Business Forum VIII à Séoul, Corée

Novembre

3-7.11.
Mission économique au Chili

14.11.
Audiences LIBAN et EMIRATS ARABES UNIS

- Wednesday 15 October 2003: "Evening Business Forum" at the Hilton Luxembourg with speakers Geoffrey Furlonger; Pensions Director Lombard International Assurance and Peter Schonewille, European Commission in Brussels on the subject "The impact of recent changes in the Pensions industry". Event sponsored by Lombard.
- Thursday 23 October 2003: "British Chamber Lunch" at the Hilton Luxembourg with speaker Francois Biltgen, Ministre du Travail et de l'Emploi, on the subject "e-Luxembourg".
- Friday 12 December 2003: "Christmas Lunch" at the Hilton Luxembourg with Guest Speaker HM British Ambassador. Event sponsored by Schroders.

The British Chamber of Commerce for Luxembourg

For further information on membership, sponsorship opportunities and posting of events on the web site, please contact:

The British Chamber of Commerce in Luxembourg
20, rue Eugène Ruppert
L-2453 Luxembourg
Tel.: (+352) 46 54 66
Fax: (+352) 22 03 84
Email: mail@bcc.lu
Web site: www.bcc.lu

The Foreign Trade Department will present in the following MERKUR publications, the various bilateral Chambers of Commerce incorporated in Luxembourg or abroad and representing Luxembourg and/or Belgium business interest in foreign countries. For further information please contact Mrs Viviane Hoor by phone 42 39 39-315, fax 43 83 26 or e-mail viviane.hoor@cc.lu.

15 octobre 2003

Journée de **promotion de l'économie** luxembourgeoise à Paris

La Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg organisera, en coopération avec le Ministère des Affaires Etrangères et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, une journée de promotion de l'économie luxembourgeoise à Paris, le 15 octobre 2003. La délégation luxembourgeoise sera présidée par S. E. Madame Lydie Polfer, Vice-Premier Ministre et Ministre des Affaires Etrangères et du Commerce Extérieur.

Le but de cette manifestation consiste à offrir aux entreprises luxembourgeoises un dispositif organisationnel susceptible de faciliter l'entrée en relation avec des sociétés locales.

Si vous êtes intéressés à participer à cette manifestation, nous vous prions de contacter Madame Viviane Hoor, tél.: 42 39 39-315, e-mail: viviane.hoor@cc.lu

23-25 of October 2003

EU-Mashrek **Partenariat**

The Federation of Syrian Chambers of Commerce in co-operation with the Chamber of Commerce, Industry & Agriculture of Beirut and the Jordan Export Development and Commercial Centres Corporation with the support of the European Commission is organising the: EU-MASHREK PARTENARIAT 2003, to be held in Damascus, Syria from 23 to 25 of October 2003.

The goal of this event is to promote business co-operation between small and medium sized enterprises (SME's) from the EU-member states and Syria, Jordan and Lebanon.

The Partenariat will facilitate business-to-business meetings, offering a platform for European SME's to discuss concrete co-operation projects with local companies.

Over 250 host companies from Syria, Lebanon and Jordan will participate and look for areas of collaboration with EU-companies in the following sectors:

- Textiles, garments, leather products and related industries
- Food processing and packing and related industries
- Construction, building materials and related industries
- Information Technology, Software and Knowledge based industries
- Tourism (Tour operators) and related services

The Chamber of Commerce of the Grand Duchy of Luxembourg has been nominated as National Counsellor for this event in co-operation with the Luxembourg Consulates, further business meetings can be organised in Jordan and Lebanon in the aftermath of the event.

Each participating company from Luxembourg will receive a partial reimbursement of the travelling expenses. ■

For further information, please contact the Chamber of Commerce, Foreign trade department, Mrs. Viviane Hoor, tel.: 42 39 39-315, e-mail: viviane.hoor@cc.lu.

Appels d'offres

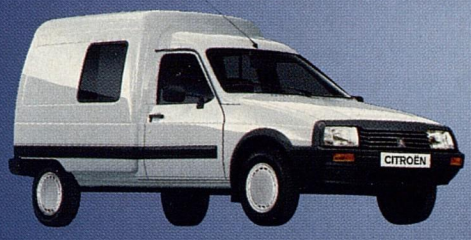
Pays	Dénomination	Code	Date limite
Ethiopia	Rehabilitation and Upgrading of Kombolcha-Mille Road	8.ACP. ET.005	07/10/2003
Kenia	Rehabilitation of Mai Mahiu-Navasha Road (C88) and Naivasha-Lanet Road (A104)	EuropeAid/ 116826/ D/W/KE	28/10/2003
Madagascar	Travaux d'aménagement de la RN6 entre Port-Bergé et Ambanja	9e FED	04/11/2003

La Chambre de Commerce tient à la disposition des entreprises intéressées des appels d'offres de l'OTAN, du BWVA, du programme européen FED, pour consultation. ■

Pour tout renseignement supplémentaire, veuillez contacter la Chambre de Commerce, Madame Claudine SCHLESSER, tél. 42 39 39-341.

Opération Cash

En septembre, des remises record jusqu'à €4.500(1) !



C15

remise de **€1.200**(1)

C15 à partir de **€6.739**(2) HTVA

271.851(2) LUF HTVA

Berlingo

remise de **€2.000** à **€2.300**(1)

Berlingo à partir de **€7.390**(2) HTVA

298.112(2) LUF HTVA

Jumpy

remise de **€2.750** à **€3.100**(1)

Jumpy à partir de **€10.370**(2) HTVA

418.325(2) LUF HTVA

Jumper

remise de **€3.500** à **€4.500**(1)

Jumper à partir de **€12.250**(2) HTVA

494.164(2) LUF HTVA

En plus, pour vous, une prime de recyclage "Green Act" à partir de **€ 413** HTVA(3) à l'achat d'un véhicule utilitaire.
2 ANS DE GARANTIE TOTALE pièces et main-d'œuvre - **6 ANS DE GARANTIE ANTI-CORROSION** valable sur tous les véhicules utilitaires.

(1) Opération Cash valable sur base du prix catalogue au 01/09/03 et suivant versions et finitions. Offre Fleet HTVA valable pour tout véhicule utilitaire hors véhicules transformés et hors offres Easy Pack commandé en septembre dans la limite des stocks disponibles et valable dans tous les points de vente participant à l'opération. Offre non cumulable avec d'autres promotions en cours.

(2) **Prix affiché = prix HTVA toutes promotions déduites, hors frais de contrôle technique et d'immatriculation.**

(3) A l'achat d'une nouvelle Citroën, nous reprenons votre ancien véhicule hors d'usage à partir de € 413 HTVA à l'achat d'un véhicule utilitaire. Le véhicule doit être complet et immatriculé depuis au moins 6 mois au nom du dernier propriétaire. Offre valable en septembre 2003. Document non contractuel.

CITROËN

www.citroen.lu

CITROËN préfère TOTAL

Donnons priorité à la sécurité.

Standgestaltung auf regionalen und internationalen Messen

Aushängeschild Messestand: Nur wer sich werbewirksam darstellt, zieht die Zuschauer auf seinen Stand.

Nachdem im letzten Teil der Serie „Erfolgreiches Messemarketing“ über die Definition von Messezielen informiert wurde, geht es in dieser Ausgabe darum, die formulierten Ziele in die Praxis umzusetzen und das eigene Unternehmen werbewirksam darzustellen.

Der Messestand ist während der Messe das Aushängeschild des Unternehmens. Der Besucher erhält auf den ersten Blick zahlreiche Informationen über das Unternehmen und verbindet das Bild, das er von dem Stand gewinnt mit den angebotenen Produkten oder Dienstleistungen sowie dem Unternehmen selbst. Daher ist es wichtig bei der Gestaltung des Messestandes nichts dem Zufall zu überlassen und darauf zu achten, dass der Messestand dem Image des Unternehmens gerecht wird und sich in das Gesamtbild einfügt (Corporate Identity). Beim Messeauftritt reicht es nicht, einige Wände und Tische aufzustellen, um die Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Vielmehr geht es darum, das Unternehmen werbewirksam darzustellen, wiedererkennbare Elemente zu verwenden und die vorher formulierten Messeziele dem Besucher zu vermitteln. Nur so können gesetzte Ziele auch erreicht werden.

Der Messestand – Spiegelbild des Unternehmens

Dabei spielt gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen nicht unbedingt die Größe des Standes die entscheidende Rolle, sondern die gelungene Darstellung des Unternehmens. Auch mit einem Stand von 12 bis 30 m² können auf Messen gute Erfolge erzielt werden, wenn die Gestaltung des Standes stimmt.

Der Stand sollte die grundlegendsten Informationen präsentieren: den Firmennnamen und die

Adresse, das Logo, Informationen zum Unternehmen, zu den Produkten oder Dienstleistungen. Der Besucher muss in möglichst kurzer Zeit die wesentlichsten Informationen aufnehmen können. Dabei sollte der Messestand eine angenehme Atmosphäre bieten, die keine Hemmschwellen aufbaut, sondern den Besucher zum verweilen animiert. Der Stand soll die Kommunikationsaufnahme mit dem Besucher erleichtern und ein Spiegelbild des Unternehmens sein.

Bei der Entscheidung für die Standgröße müssen folgende Punkte bedacht werden: wieviele Exponate werden ausgestellt, wieviel Platz benötigen diese, wieviel Besucher werden erwartet, halten sich die Besucher nur kurzfristig oder für längere Informationsgespräche am Stand auf? Benötigt man für den Empfang der Besucher Stehtische oder Sitztische, Barhocker oder Stühle, werden Präsentationen vorbereitet, die eine große Anzahl von Besuchern anziehen oder auch Demonstrationen, die zusätzlichen Platz erfordern? Wieviel Lagerfläche wird benötigt? Wichtig – aber nicht ausschlaggebend für die Größe des Standes – ist die Beobachtung der Mitbewerber. Dabei muss der eigene Stand jedoch nicht durch ein größere Standfläche, sondern durch die optimale Präsentation des eigenen Unternehmens überzeugen.

Standformen im Überblick

Bei den Standformen kann der Aussteller bei der Buchung der Fläche in der Regel zwischen folgenden Standformen entscheiden:

- dem Reihenstand, der lediglich eine offene Seite bietet und sich auch gut für kleinere Stände eignet,
- dem Eckstand mit zwei offenen Seiten, der die Kommunikation mit den Besucher vereinfacht und ebenfalls für kleine Stände gut geeignet ist,
- dem Kopfstand, der drei offene Seiten bietet aber bei vielen Messen nur ab einer definierten Mindestgröße erhältlich ist,
- dem Blockstand, der von allen vier Seiten offen ist, sich jedoch nicht für kleinere Stände eignet. Der Blockstand wird wie der Kopstand von den Messorganisatoren häufig nur ab einer bestimmten Größe angeboten und erfordert auch in der Planung und Ausstattung des Standes erheblich mehr Aufwand, da den Besuchern von allen Seiten ein attraktives Bild geboten werden muss.

Systemstand oder individuelle Fertigung

Für die Möblierung des Standes bieten sich mehrere Möglichkeiten. Die meisten Messorganisatoren bieten bereits zu relativ preiswerten Konditionen möblierte Stände an. Allerdings hat man bei diesen Ständen nur wenig Einfluss auf die Standgestaltung und nur reduzierte Möglichkeiten die eigene Identität des Unternehmens darzustellen.

Die meisten kleinen oder mittleren Unternehmen wenden sich daher an unabhängige Messebauunternehmen, die Systemstände anbieten. Die Systemstände zeichnen sich dadurch aus, dass die Materialien aus genormten, wiederverwendabren Elementen bestehen: Wandelemente, Deckenaufbauten, Alustreben, Verbindungsstücken, Thekenelemente usw. Beim Systemstand kann aus einer Vielzahl von Farben und Materialien gewählt werden, sodass es möglich ist, dem Stand ein individuelles Aussehen zu verleihen, ohne alle Elemente speziell anfertigen lassen zu müssen. Darüber hinaus sind die Elemente für mehrere Messeauftritte verwendbar und können jeweils der aktuellen Standgröße angepasst werden. Unternehmen, die mehrere Male im Jahr an Messen teilnehmen, können durch die mehrfache Benutzung der Standelemente erhebliche Kosten einsparen.

Es besteht selbstverständlich auch die Möglichkeit sich einzelne Elemente für den Messestand oder den gesamten Stand individuell anfertigen zu lassen, was jedoch zu einer nicht unerheblichen Steigerung der Kosten führt. Um besondere Anreize für den Besucher zu schaffen, kann es aber von großem Vorteil sein, sich einige Details oder Dekorationsstücke individuell anfertigen zu lassen und sie mit den Systemständen zu kombinieren.

Angebote einholen

Bei der Anfrage von Angeboten bei den Messebauunternehmen sollte zunächst abgeklärt werden, ob die Angebote gratis erfolgen, da einige Messebauer bereits die Ausarbeitung eines Angebotes in Rechnung stellen.

Grundsätzlich sollten, gerade wenn man erstmalig an einer Messe teilnimmt und noch keine Anhaltspunkte für die Kosten eines Messestandes vorliegen, mehrere Angebote bei unterschiedlichen Messebauunternehmen eingeholt werden, um Material, Kreativität und Kosten zu vergleichen. Es kann auch von Vorteil sein sich Messestände der Unternehmen auf anderen Messen anzusehen, um die Qualität und Ausführung vorab zu begutachten.

Ihre Vorgaben entscheiden über das Angebot

Zur Angebotserstellung für den Messestand müssen dem Messebau-

unternehmen möglichst detaillierte Informationen über das eigene Unternehmen sowie die Produkt- oder Dienstleistungspalette vermittelt werden. Auch über die Messeziele sollte der Messebauer ausführlich informiert werden, damit er sie bei dem Konzept des Messestandes berücksichtigen kann.

Darüber hinaus sollten über folgende Punkte Informationen geliefert werden: über das Firmenlogo, die Hausfarben, die Präsentationsinhalte (Ausstellungsstücke, Informationen, Vorführungen, Videos), die geplanten Aktionen…Welchen Eindruck soll das Unternehmen erwecken: z. B. innovativ, konservativ, modern, technisch, jung, dynamisch, erfahren? Für den Messebauer ist es außerdem entscheidend zu erfahren, ob auf der Messe direkt verkauft wird oder Bestellungen zur späteren Bearbeitung aufgenommen oder Beratungsgespräche durchgeführt werden. In diesem Rahmen sollte auch die Zielgruppe definiert werden.

Hilfreich kann es dabei sein vor Angebotsstellung vorhandenes Werbematerial an den Messebauer weiter zu leiten, um ihm einen ersten Eindruck von dem Unternehmen und seiner Präsentation nach außen zu vermitteln. Nur wenn der Messebauer zuverlässig diese ersten Informationen erhält, kann er sich vorab ein Bild von dem Unternehmen machen und den Messestand ihren Wünschen entsprechend vorbereiten.

Um aufwendige Nachbearbeitung der Angebote zu vermeiden, sollte daher auf die Angebotsstellung besondere Sorgfalt verwendet werden. Es geht nicht nur darum, die Größe des Standes bekanntzugeben, um den Preis für den Messeauftritt zu errechnen, sondern ein Profil der Firma und der Messeziele zu erstellen, auf das die Kreativität des Messebauers und die Erfahrung mit Materialien und Farben aufbauen kann. Der Messebauer wird dieses Unternehmensprofil auf dem Messestand umsetzen und die Identität des Unternehmens gekonnt darstellen. Die Aufgabe des Messebauers besteht darin professionell und ideenreich Konzepte und Ziele zu realisieren, die der Auftraggeber definiert hat.

Wichtige Details bei der Standgestaltung

Informationen, die ebenfalls dem Messebauer übermittelt werden müssen sind die Bereitstellung von Strom: an welchen Stellen wird Strom benötigt für Computer, Fernseher, Kassen, Maschinen o. Ä., reicht Normalstrom oder wird für bestimmte Maschinen Starkstrom benötigt?

Ferner sollte man vorab entscheiden, welche Nutzungszonen auf dem Stand realisiert werden sollen, das könnten z. B. sein: abschließbarer Lagerraum (mit oder ohne Kücheneinrichtung), Besprechungsraum, Empfangsflächen mit Sitz- oder Stehtischen, Bar-, Bewirtungszone, Präsentationsflächen mit Podesten oder Regalen, Informationsflächen mit Theken und Prospektständern oder Vitrinen…

Auch über nötige Wasseranschlüsse sollte möglichst frühzeitig nachgedacht werden, da diese von den technischen Begebenheiten der Halle abhängig sind und sich nicht überall auf dem Stand problemlos realisieren lassen.

Ein Punkt, der oft vernachlässigt wird, ist die Beleuchtung des Standes. Gerade daran sollte aber nicht gespart werden. Der schönste Messestand hat keine Wirkung, wenn er nur unzureichend beleuchtet ist und Farben und Ausstellungsstücke dadurch nicht zur Geltung kommen.

Ein weiteres wichtiges Detail bei der Planung des Standes ist die Laufrichtung der Besucher. Die Informationen sollten so angebracht werden, dass sie auf Anhieb von der Mehrheit der Besucher gesehen werden. Kann man auf dem Hallenplan nicht erkennen, aus welcher Richtung die Besucher hauptsächlich kommen, sollte man Rücksprache mit den Messeorganisatoren nehmen und die erhaltenen Informationen auch unbedingt an den Messebauer weiter geben, um den Stand optimal auszurichten.

Eine große Rolle spielt auch die Sichtbarkeit des Standes aus der Entfernung. Hierzu sollte man Informationen von den Organisatoren einholen, welche Standnachbarn zu erwarten sind, wie hoch gebaut werden kann und auf welcher Höhe man Elemente wie z. B. Leuchtwürfel, Fahnen, routierende Firmenlogos o. Ä. anbringen kann.

Foires et Salons

Messen und Ausstellungen

im Oktober 2003

BUGI
Messe für Werbegeschenke und Werbeartikel
1. – 2.10.2003
Brüssel (B)
Tel.: 0032 2 46 72 860

MARCOM
Fachmesse für Marketing und Kommunikation
1. – 2.10.2003
Brüssel (B)
Tel.: 0032 2 46 72 860

MEETING & WELTRA
Seminare, Kongresse, Geschäftsreisen, Incentives, Veranstaltungen
1. – 2.10.2003
Brüssel (B)
Tel.: 0032 2 46 72 860

SMAU
Internationale Messe für Informations- und Kommunikationstechnologie und Unterhaltungselektronik
2. – 6.10.2003
Mailand (I)
Tel.: 0039 02 28 31 31

MARMOMACC
Internationale Messe für Marmor und Naturstein
2. – 5.10.2003
Verona (I)
Tel.: 0039 045 82 98 111

IBA
Weltmarkt des Backens
3. – 9.10.2003
Düsseldorf (D)
Tel.: 0049 211 45 60 01

MILANOVENDEMODA
Fachmesse für Damenoberbekleidung, Dessous, Strickwaren, Pelzbekleidung und Modeaccessoires
3. – 6.10.2003
Mailand (I)
Tel.: 0039 02 34 98 41

AUBEPINE
Ausstellung für Bioprodukte
4. – 5.10.2003
Arlon (B)
Tel.: 0032 81 30 36 90

AUTO
Internationale Automobil-Ausstellung
4. – 12.10.2003
Lyon (F)
Tel.: 0033 4 72 23 273

BIS
Bau- und Immobilienmesse
4. – 12.10.2003
Gent (B)
Tel.: 0032 3 23 95 342

INTERNATIONAL BOAT SHOW
Internationale Bootsausstellung, Motoryachten, Boote, Segelboote, Kanus, Bootsmotoren, Bootszubehör
4. – 12 10.2003
Genua (I)
Tel.: 0039 010 37 51 111

SALON DE LA CONSTRUCTION ET DE L'INTERIEUR
Wohnungsbau und Inneneinrichtung
4. – 12 10.2003
Namur (B)
Tel.: 0032 81 71 71 11

Bodenbeläge und Fotos zur Abrundung des Gesamteindrucks

Beim Bodenbelag kann man aus einer Vielzahl von Materialien wählen. Die meisten Unternehmen entscheiden sich nach wie vor für einen Teppichboden, da dies die kostengünstigste Möglichkeit ist den Boden zu gestalten. Bei den Teppichböden kann man aus einer Vielzahl von Farben und Qualitäten wählen. Es ist problemlos möglich verschiedene Farben oder Materialien wie z. B. Teppich und Holz auf dem Messestand zu kombinieren.

Bei Flächen, die stark beansprucht werden wie z. B. in Bewirtungszonen oder im Barbereich sollte man auf Teppichboden verzichten und zumindest in diesem Teil des Standes auf anderes Material wie PVC oder Holz ausweichen. Bei größeren Ständen wir häufig ein Podest gebaut, um den Stand von den Nachbarn stärker abzugrenzen und die Aufmerksamkeit stärker auf den Stand zu ziehen. Das Podest ist ebenfalls vorteilhaft, da es die Bereitstellung von Strom und Wasser an verschiedenen Stellen des Standes erleichtert.

Bilder und Poster des Unternehmens sollten möglichst einheitlich präsentiert werden. Es empfiehlt sich, sie für die Messeauftritte speziell anfertigen zu lassen und in Rahmen oder auch von innen beleuchteten Kästen oder anderen dazu geeigneten Formen zu präsentieren. Mit Tesafilm oder Klebeband angebrachte Poster wirken nicht professionell und schaden dem Gesamteindruck des Standes.

Offene Standkonzepte

Bei den meisten Unternehmen ist es wichtig den Stand offen zu konzipieren, um keine Hemmschwellen für den Besucher aufkommen zu lassen. Das Interesse des Besuchers muss durch gezielte Informationen am Eingang des Standes erweckt werden, um ihn danach weiter auf den Stand zu locken. Bei einem Reihenstand heißt es also, die vordere freie Seite nicht durch Theken oder andere Barrikaden zu versperrren und es dem Besucher damit zu erleichtern, den Stand zu betreten. Einen Ausnahmefall bieten Firmen, die auf Messen im Direktverkauf tätig sind und die Ihre Produkte im vorderen Bereich des Standes präsentieren. Hier kann es sinnvoll sein, das Publikum davon abzuhalten den hinteren Arbeitsbereich zu betreten.

Beratung durch die Abteilung für Handelsförderung

Der Artikel soll kleinen und mittleren Unternehmen erste Anregungen liefern über die eigene Standgestaltung nachzudenken. Er kann nicht ins Detail gehen, da jedes Unternehmen, je nach Sektor und Zielsetzung unterschiedliche Umsetzungen benötigt. Auch kann nicht verallgemeinert werden, welche Materialien oder Farben sich am besten für den Messeauftritt eignen, da dies beispielsweise bei einem Baustofflieferanten anders aussieht als bei einem Unternehmen der Nahrungsmittel- oder Informatikbranche. Unternehmen, die eine individuelle Beratung wünschen, können sich jederzeit an die Abteilung für Handelsförderung der Handelskammer Luxemburg wenden, unter der Tel. 42 39 39-808 oder per Fax: 43 83 26 oder E-Mail: promcom@cc.lu.

In der nächsten Ausgabe des Merkur lesen Sie Teil 4 der Serie mit dem Thema: Messebegleitende Werbemaßnahmen und Aktionen sowie Messechecklisten. ■

12-17 octobre 2003

China Hi-Tech Fair (CHTF) à Shenzhen

Le salon HI-TECH FAIR qui se déroulera du 12 au 17 octobre prochains à Shenzhen attend chaque année de plus en plus d'exposants des pays européens. Dans son ensemble, le salon a accueilli en 2002 3.691 exposants sur une surface d'environ 52.000 m² et plus de 300.000 visiteurs. Afin d'améliorer la visibilité des exposants européens à la HI-TECH FAIR la délégation de la Commission européenne a proposé de les présenter pour la première fois sur une surface d'exposition séparée. Néanmoins, chaque pays se présentera sur un propre stand pour garantir une présentation individuelle.

Etant une excellente occasion pour promouvoir la coopération technique entre l'Europe et la Chine, la délégation de l'UE a déjà participé trois fois à la CHTF, accompagnée par plusieurs Etats membres comme le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Autriche, la Belgique, la République tchèque et le Danemark.

Les exposants viennent d'entreprises du secteur «hitech» qui sont intéressées à coopérer avec la Chine. De plus, le salon pourrait être intéressant pour les entreprises du secteur R & D ou les chefs d'entreprise qui soutiennent déjà des coopérations scientifiques avec la Chine. Sur le stand européen les visiteurs intéressés trouveront en plus les projets de coopération entre l'UE et la Chine relative à la science et à la technologie et une introduction au sixième programme-cadre de recherche de la CE. ■

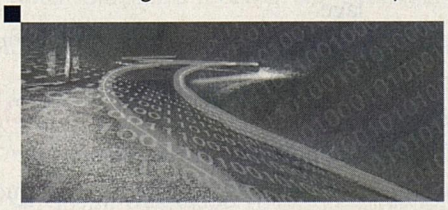
Pour recevoir de plus amples renseignements sur la HI-TECH FAIR ou en cas d'intérêt de participer comme exposant à ce salon, veuillez vous mettre en contact avec la Chambre de Commerce, personne de contact: Mme Viviane HOOR, Tél.: 42 39 39-315, e-mail: comex@cc.lu.

saardata

Einladung zur „RoadShow Herbst 2003"

Fit für die Zukunft – mit dem richtigen IT-Konzept

Themen: Migration – wohin? Prozessoptimierung durch webbasierte Workflow-Lösungen



Wie viele unserer Kunden stehen vielleicht auch Sie vor der Entscheidung einer Server-Migration. Immer wieder stellt sich dann die Frage, wohin migriert werden soll – nach Windows 2000 oder nach Windows 2003 – und warum? Welche weiteren Probleme können auftreten? Wie können diese einfach gelöst werden? *saardata* kann Sie in Ihren Projekten optimal auf Ihre Migrationsentscheidung vorbereiten. Nutzen Sie hierzu unsere RoadShow 2003. Informieren Sie sich über bereits realisierte Kundenprojekte und über die Erfahrungen unserer Systemspezialisten.
Immer mehr Unternehmen setzen kostengünstige Workflow-Lösungen ein, um Geschäftsprozesse zu optimieren.

Interne Medienbrüche führen oft zum Verlust wichtiger Daten und zu hohen Liegezeiten. Hier bietet *saardata* die Lösungen *click&process*, die Sie bei der Optimierung verschiedener Prozesse unterstützen. Webbasierte Workflowlösungen bieten Ihnen ein sehr großes Potenzial, um unter anderem Kosten zu reduzieren und Prozesse zu beschleunigen.
Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Termine

Montag, **15. September in Kaiserslautern, Dorint Hotel**
Dienstag, **16. September in Trier, Nell's Park Hotel**
Mittwoch, **17. September in Saarbrücken, Design Hotel am Triller**
Donnerstag, **18. September in Luxemburg, IHK**
Freitag, **19. September in Pirmasens, IHK**

Ihre Ansprechpartner

Werner Holz, Sales Manager
Telefon: 06 81 / 4 05-28 10, eMail: W.Holz@saardata.de

Frank Moser, Consultant
Telefon: 06 81 / 4 05-21 78, eMail: F.Moser@saardata.de

Kommen Sie zu den Fachvorträgen. Die Teilnahme ist kostenlos. Einfach online anmelden unter www.saardata.de.

Agenda

ab 9.00 Uhr	Check-in
9.30 Uhr	Begrüßung und Vorstellung der *saardata* GmbH
10.00 Uhr	*click&process* – kostengünstige und leistungsstarke Workflows für Ihr Unternehmen *(Dipl.-Ing. Ralf Neumüller, Competence Center eBusiness)*
10.45 Uhr	Kaffeepause
11.00 Uhr	Live Demonstration ausgewählter Workflows *(Dipl.-Ing. Ralf Neumüller, Competence Center eBusiness)*
12.00 Uhr	Mittagspause
13.00 Uhr	CITRIX Secure Access Manager *(Michael Schade, Systems Engineer, CITRIX Systems GmbH und Thomas Huber, Business Development Manager, Fa. Computerlinks)*
13.45 Uhr	Kaffeepause
14.00 Uhr	Migrationspfade nach Windows 2003 Migration nach Exchange 2000 / 2003 Active Directory im Unternehmen *(Udo Heuschmann, Competence Center Information Operation Server)*
15.00 Uhr	Ende der Veranstaltung – Get Together

Qualitätsmanagementsystem
zertifiziert nach DIN EN ISO 9001:2000

CITRIX COMPUTERLINKS

saardata
saardata GmbH
Hafenstr. 25 · 66111 Saarbrücken · Tel.: 06 81 / 4 05-21 40 · eMail: info@saardata.de

Messen und Ausstellungen

im August 2003

EXPO REAL
Internationale Fachmesse für Gewerbeimmobilien
6. – 8.10.2003
München (D)
Tel.: 0049 89 94 91 16 28

BIOTECHNICA
Internationale Fachmesse für Biotechnologie
7. – 9.10.2003
Hannover (D)
Tel.: 0049 511 890

CAT PRO
Internationale Fachmesse für innovative Produktentwicklung, Daten- und Prozessmanagement
7. – 10.10.2003
Stuttgart (D)
Tel.: 0049 711 25 89 353

CONXEMAR
Internationale Fachmesse für Tiefkühlprodukte
7. – 9.10.2003
Vigo (E)
Tel.: 0034 986 43 33 51

EXPO UGANDA 2003
Internationale Handelsmesse für Industrieprodukte und Konsumgüter
7. – 13.10.2003
Kampala (UG)
Tel.: 009714 28 28 638

EUROFINISH
Europäische Messe für Oberflächenbehandlung
8. – 10.10.2003
Gent (B)
Tel.: 0032 9 24 19 211

FACHPACK, PRINTPACK, LOGINTERN
Fachmesse für Verpackungs- und Kennzeichnungstechnik, Verpackungsdruck, Packmittelproduktion und interne Logistik
8. – 10.10.2003
Nürnberg (D)
Tel.: 0049 911 86 060

IKK
Internationale Fachmesse für Kälte, Klima und Lüftung
8. – 10.10.2003
Hannover (D)
Tel.: 0049 911 86 060

FRANKFURTER BUCH-MESSE
Internationale Buchmesse
8. – 13.10.2003
Frankfurt (D)
Tel.: 0049 69 21 02 227

INTERCASA
Internationale Möbelausstellung
8. – 13.10.2003
Lissabon (P)
Tel.: 00351 21 89 21 500

ANUGA
Internationale Fachmesse für Nahrungsmittel und Feinkost
11. – 15.10.2003
Köln (D)
Tel.: 0049 221 82 10

CHINA HI-TECH FAIR
Internationale Fachmesse für die HiTech Industrie
12. – 17.10.2003
Shenzhen (CN)
Tel.: 42 39 39 315

Promotion Commerciale

Visites accompagnées aux foires internationales: **Inscrivez-vous!**

Le service de la Promotion Commerciale de la Chambre de Commerce organisera pour le deuxième semestre 2003 et le premier semestre 2004 une série de visites accompagnées pour les entreprises luxembourgeoises aux foires suivantes:

■ ENTSORGA, Cologne (D)

Date: 26.09.2003
Secteurs: Recyclage, gestion des déchets, production de l'énergie, purification de l'air, protection antibruit, protection des eaux, efficacité des ressources, médecine du travail, protection contre les accidents, protection de l'environnement.
Frais de participation: 59,25 EUR

■ ANUGA, Cologne (D)

Date: 13.10.2003
Secteurs: Denrées alimentaires de base et épicerie fine, lait, produits laitiers, spécialités, pain, pâtisseries, boissons chaudes, produits frais, fruits, légumes, poissons, boissons, viande, charcuterie, gibier, volaille, techniques pour la gastronomie, produits surgelés, glace, techniques et services pour le commerce.
Frais de participation: 65,75 EUR

■ A + A, Düsseldorf (D)

Date: 28.10.2003
Secteurs: Systèmes de sécurité, techniques de l'environnement, santé, réduction des dommages matériels, pharmacie, techniques médicales, protection de l'environnement industriel, protection civile, protection d'objets, mesures de prévention, organisations professionnelles de SST, vêtements de protection, prestations de services.
Frais de participation: 46,95 EUR

■ BATIMAT, Paris (F)

Date: 06.11.-07.11.2003
Secteurs: Gros œuvre, menuiserie, matériel, équipements, finition et décoration, informatique et télécommunication, charpente, fenêtres, serrures, revêtements de sol, revêtements muraux, peintures, laques, cheminées, installations sanitaires, carrelages et accessoires, isolation, cuisines, piscines et accessoires, dallage, marbre, pierre, granit, machines d'atelier, sécurité sur le chantier, électricité, éclairage, outillage.
Frais de participation: 369,00 EUR

■ BAUMA, Munich (D)

Date: 01.04.-02.04.2004
Secteurs: Machines de construction, machines pour la production de matériel de construction, machines en charbonnage, machines pour le traitement de béton à acier, recyclage de matériel de construction, machines pour l'industrie du ciment et de la chaux, excavateurs, pelles excavatrices et niveleuses, machines pour l'industrie du plâtre, du sable et de l'argile, appareils de levage, machines pour l'industrie du gravier, coffrages et écha-

faudages, technique des actionneurs et transmission d'énergie par fluide, équipements et accessoires, techniques de mesures et d'essai.
Frais de participation: 366,00 EUR

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les visites prévues, il suffit de nous retourner le bon de commande en cochant la foire qui vous intéresse.

BON DE COMMANDE

Entreprise: .....

Nom, Prénom: .....

Adresse: .....

Code postal, Localité: .....

Téléphone: .....

Fax: .....

E-Mail: .....

http:// .....

Nous souhaitons recevoir des informations sur les visites accompagnées suivantes:

- ❑ ENTSORGA, Cologne (D) 26.09.2003
- ❑ ANUGA, Cologne (D) 13.10.2003
- ❑ A + A, Düsseldorf (D) 28.10.2003
- ❑ BATIMAT, Paris (F) 06.11.-07.11.2003
- ❑ BAUMA, Munich (D) 01.04.-02.04.2004

Chambre de Commerce
Service de la Promotion Commerciale
Personne de contact: Bettina MILEWSKI
Tél.: 42 39 39-808
Fax: 43 83 26
E-Mail: promcom@cc.lu

Messen und Ausstellungen

im Oktober 2003

PROCEED
Regionale Fachmesse für die Zulieferindustrie
14. – 17.10.2003
Metz (F)
Tel.: 0033 3 83 37 13 26

FAKUMA
Internationale Fachmesse für Kunststoffverarbeitung
14. – 18.10.2003
Friedrichshafen (D)
Tel.: 0049 7025 92 060

FIRELECTRIC
Internationale Fachmesse für Elektromaterialien
14. – 18.10.2003
Barcelona (E)
Tel.: 0034 902 23 32 000

SAIE
Internationale Baufachmesse
15. – 19.10.2003
Bologna (I)
Tel.: 0039 051 28 21 11

EQUIP'AUTO
Internationale Fachmesse für Kfz-Technik
16. – 21.10.2003
Paris (F)
Tel.: 0033 1 49 09 60 00

SILMO
Internationale Fachmesse für Brillen und Augenoptik
17. – 20.10.2003
Paris (F)
Tel.: 0033 1 49 09 60 00

HERBSTMESSE LUXEMBURG
Internationale Messe für Investitions- und Konsumgüter
18. – 26.10.2003
Luxemburg (L)
Tel.: 43 991

SYSTEMS
Internationale Fachmesse für Informationstechnik, Telekommunikation und Neue Medien
20. – 24.10.2003
München (D)
Tel.: 0049 89 949 20 360

HOTEL
Internationale Fachmesse für das Hotel- und Gastgewerbe
20. – 23.10.2003
Bozen (I)
Tel.: 0039 0471 51 60 00

EMO
Weltausstellung der Metallbearbeitung
21. – 28.10.2003
Mailand (I)
Tel.: 0039 0226 25 58 61

Um kurzfristigen Änderungen der Ausstellungstermine Rechnung zu tragen, sollten Sie sich diese vom Veranstalter vor Ihrer Abfahrt bestätigen lassen. Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Frau Bettina MILEWSKI, Tel.: 42 39 39-808.

La Chambre de Commerce tient à la disposition des entreprises luxembourgeoises intéressées de la documentation sur les foires et salons pour consultation sur place. Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Mme Bettina MILEWSKI, tél. : 42 39 39-808.

Les sept **conditions d'efficacité** de la formation

Pour assurer l'efficacité d'un plan de formation, il est conseillé de faire participer les futurs formés à la formulation des objectifs du plan.

Une formation n'est efficace que si elle se traduit pour l'entreprise par une évolution positive, telle qu'une augmentation de la rentabilité, une réduction des coûts ou encore une amélioration de l'image de l'entreprise chez ses clients. Il appartient au responsable formation de veiller à l'efficacité des formations proposées en entreprise.

Qu'entendons-nous par formation efficace? Une formation efficace est celle qui produit des effets, qui atteint ses objectifs. C'est donc celle qui engendre des changements au niveau de l'unité de travail concernée. En effet, les objectifs en matière de formation peuvent toujours se traduire en termes de modifications ou d'évolutions: augmenter une rentabilité, réduire des coûts, des rebuts, modifier l'image de l'entreprise chez ses clients, etc. Il s'agit là d'objectifs finals.

Toutefois, si la formation a été retenue comme solution, c'est parce que le personnel ne dispose pas de toutes les capacités nécessaires à l'exercice des compétences requises ou nécessaires à la disparition de pratiques professionnelles néfastes. Les effets d'une formation peuvent donc s'observer au niveau de ses finalités, au niveau des comportements au poste de travail et au niveau des capacités. Si le pédagogue peut s'estimer heureux d'avoir développé chez les formés de nouvelles capacités, le responsable formation doit être plus exigeant que lui. Il ne considérera son action comme efficace que lorsqu'elle aura contribué à la réalisation des objectifs finals. Le responsable formation n'est pas uniquement un pédagogue, il est un agent de changement mettant en œuvre les méthodes et les outils du consultant interne.

La formation ne peut trouver sa pleine efficacité que si les acteurs qui en ont la charge se préoccupent du respect d'un certain nombre de conditions. Sans être exhaustif, nous reprendrons ici quelques conditions essentielles:

1. Intégrer la solution formation dans des plans de changement
2. Gérer contractuellement et par objectifs la formation
3. Faire participer les formés dans toutes les phases de leur formation
4. Fournir aux acteurs les moyens de suivre les retombées des actions entreprises
5. Développer, au niveau du service formation, une démarche client-fournisseur
6. Atteindre, le plus rapidement possible, la masse critique
7. Utiliser la formation-action.

> « Le responsable formation n'est pas uniquement un pédagogue, il est un agent de changement »

1. Intégrer la solution formation dans des plans de changement

Pour l'atteinte de ses objectifs finals, une organisation peut utiliser la formation mais celle-ci n'est pas le seul levier de changement. Il en est même de plus efficaces qui faute d'être mis en place risquent de réduire les chances de succès de la formation. Les maîtres d'œuvre de la formation doivent, au moment de l'analyse de la demande, provoquer la construction d'un «plan de changement» par les différents acteurs concernés. Ce plan fait appel à tous les moyens favorisant l'atteinte des objectifs finals assignés à l'action.

Le plan de changement de l'unité concernée peut comporter des actions dans les domaines suivants:

- information de tout ou partie de l'entreprise: pour éviter d'éventuels blocages de la part de certains
- évolution des méthodes de travail: les nouvelles méthodes acquises par les formés doivent être disponibles dans l'entreprise
- acquisition ou modification de certains outils: au retour de formation tous les outils sur lesquels les formés se sont entraînés sont présents et confiés à ces derniers
- évolution du système d'appréciation des performances: les nouvelles compétences vont faire l'objet d'une appréciation
- évolution de la classification des postes: lorsque la formation est longue et vraiment qualifiante, la classification du poste des formés doit suivre
- mise en place de primes collectives ou individuelles: il s'agit là d'un renforcement positif
- aménagement des conditions de travail (s'il y a lieu)
- transformation des délégations, des missions confiées: le formé qui se sent capable d'exercer de nouvelles responsabilités et qui constate que rien ne change au retour de sa formation est particulièrement frustré; il valait mieux ne pas le former
- changement des processus de décision: même remarque que ci-dessus
- action sur les valeurs de l'organisation: certaines formations prennent appui sur des valeurs, celles-ci doivent être relayées sur le terrain; y a-t-il cohérence entre les discours du formateur et les pratiques de l'entreprise?
- action sur d'autres acteurs: y a-t-il convergence au niveau des objectifs de chacun?
- etc.

De même, au moment de l'analyse de la demande, le formateur recherche tous les acteurs concernés par le changement. Les collègues des services en amont ou en aval peuvent être impliqués, s'ils ont une influence sur le changement.

2. Gérer contractuellement et par objectifs la formation

Il y a lieu de mettre en place des contrats (individuels ou collectifs) précisant les objectifs que les contractants veulent atteindre et les moyens que chacun est prêt à développer. Ces contrats lient notamment les formés et leur hiérarchie, mais également d'autres acteurs de la formation, par exemple:

- des contrats de prestation de services, entre d'une part les organismes de formation ou les formateurs externes et d'autre part l'entreprise;
- des contrats tripartites, entre l'animateur, son responsable et le service formation;
- des contrats pédagogiques, entre les formateurs et les formés, etc.

Les contrats sont formulés en termes d'objectifs à atteindre. Toute action de formation fait l'objet de l'énoncé d'objectifs, qu'il s'agisse de formation individuelle ou de formation collective. L'adulte a besoin que son action soit finalisée. La qualité en formation est coproduite, ces contrats précisent les responsabilités de chacun.

3. Faire participer les formés dans toutes les phases de leur formation

Cette participation déclenche la motivation des formés et leur adhésion aux actions entreprises. Sans ces dernières, nous risquons la classique résistance au changement. La participation est à envisager dès la formulation des objectifs. Elle se poursuit au niveau de la construction du plan de changement et du montage de la formation.

Une utilisation de méthodes actives, au cours des phases pédagogiques, renforce la motivation des formés. Durant la phase de suivi de la mise en application sur le terrain, nous retrouvons la nécessaire participation des formés qui vont, sous la conduite des managers, rechercher un nouvel état d'équilibre du système dans lequel ils interviennent.

4. Fournir aux acteurs les moyens de suivre les retombées des actions entreprises

Il s'agit de donner des repères aux acteurs du changement. Des tableaux de bord vont permettre à chacun de constater les résultats de leurs efforts. Cette information en feed-back doit être fréquente et mise à jour de façon régulière. Elle provoque un renforcement positif des bonnes pratiques.

Chaque action du plan de changement peut ainsi être suivie. En cas de dérive, des actions correctives sont initiées.

5. Développer, au niveau du service formation, une démarche client-fournisseur

Lorsqu'une unité de travail élabore un plan de changement, elle le fait sous la conduite de ses managers. Les fonctionnels de la Direction des ressources humaines, de la formation ou de l'organisation ne sont présents qu'au titre de l'assistance conseil. Le service formation est un fournisseur par rapport à chaque système-client qui fait appel à ses services. Il recherche avant tout la satisfaction de ses clients et non la facilitation de ses activités en privilégiant les aspects gestionnaires.

6. Atteindre, le plus rapidement possible, la masse critique

Pour les actions qui visent l'évolution comportementale d'un grand nombre de personnes, il faut veiller à ce qu'elles ne s'étalent pas trop dans le temps, de façon à disposer rapidement d'un fort pourcentage de personnes formées. En effet, ces dernières vont, par leur changement de comportement, influencer les autres et faire «basculer» l'ensemble du personnel concerné vers de nouvelles pratiques.

Dans le cas contraire, une action trop étalée dans le temps ne permet pas au faible nombre de formés d'avoir une quelconque influence sur les autres et très vite ils risquent de reprendre les comportements majoritaires.

7. Utiliser la formation-action

Rappelons-nous le vieil adage, «c'est en forgeant qu'on devient forgeron». De fait, le travail est en lui-même formateur. Dans la formation-action, il s'agit de confier aux formés des problèmes réels à résoudre. Les travaux réalisés par l'individu ou par les petits groupes concernés sont alors des occasions de développement ou de perfectionnement de certaines capacités. Le formateur est présent en qualité de soutien ou pour faciliter le transfert des acquisitions vers d'autres situations de travail.

Cette formule présente l'avantage de produire, chez les formés comme chez leurs managers, un sentiment d'utilité directe du temps passé en formation. Lorsque cette méthode ne peut être mise en œuvre, le formateur s'efforcera d'utiliser une pédagogie la plus active possible.

■

Iddien fir äere Succès
www.BRAND-ladenbau.lu

10 octobre 2003

Forum Création d'Entreprises: Devenir **chef d'entreprise au Luxembourg**

Se lancer dans l'aventure de la création d'une entreprise demande une longue réflexion et une bonne préparation. Des professionnels, dont le rôle est justement d'écouter et de conseiller, peuvent aider les créateurs d'entreprises à surmonter les éventuels obstacles et les guider pas à pas vers la concrétisation de leur projet.

Après le succès de la première édition en 2002, la Chambre de Commerce a décidé de reconduire l'organisation du «Forum Création d'entreprise» dans ses locaux au 31, bd Konrad Adenauer à Luxembourg-Kirchberg. Cette manifestation aura lieu le 10 octobre 2003 de 16h00 à 20h00.

L'objectif de cette manifestation est de promouvoir l'esprit d'entreprise au Luxembourg en offrant aux personnes intéressées dans la création d'une entreprise un forum pour s'informer et de répondre à leurs questions.

A cet effet, la Chambre de Commerce s'est associée aux partenaires suivants: Ministère des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement, Confédération Luxembourgeoise du Commerce, Horesca, Luxinnovation, Business Initiative, Société nationale de crédit et d'investissement et la Banque Générale du Luxembourg, qui seront tous présents au Forum avec un stand d'information.

Vous aurez ainsi la possibilité d'entendre des témoignages de deux créateurs d'entreprises. Par ailleurs, vous pourrez poser vos questions en direct sur les stands des différents partenaires. Vous y trouverez des réponses personnalisées concernant votre autorisation d'établissement, le financement de votre projet, les différentes aides étatiques auxquelles vous avez droit, les instruments existants pour vous accompagner lors de la création de votre entreprise, etc.

Inscription et renseignements: Chambre de Commerce, tél.: 42 39 39-340, Mlle Laurence Hornbeck, fax: 43 83 26, inscriptions en ligne: http://www.cc.lu/chef.htm

Après le succès retentissant de la première édition du «Forum Création d'entreprise», en 2002, la Chambre de Commerce a décidé d'en faire un rendez-vous annuel.

16 septembre 2003

AIDILL – LE Logiciel libre et les outils de gestion de contenu

Un CMS (Content Management System) est un outil qui permet à chacun de publier son information et d'accéder à des contenus personnalisés. Il facilite et structure l'échange au sein d'une organisation, et permet ainsi d'administrer les actualités, de développer du contenu de fond, de créer de nouvelles rubriques ou de coordonner un groupe d'utilisateurs, ... au sein d'une même plate-forme. Sans mise à jour fastidieuse, celle-ci évolue pour et par l'action des différents contributeurs.

Durant cette rencontre, vous aurez un aperçu des outils de gestion de contenu (CMS) existant dans le Libre. Quelques retours d'expériences de projets menés au Luxembourg seront ensuite présentés, suivis de la présentation d'une initiative à venir dans la région du Nord. Cette rencontre devrait initier des activités collaboratives pour partager les connaissances autour du Libre.

Au programme de cette rencontre qui se tiendra le 16 septembre 2003 de 16h30 à 19h00 au CRP Henri Tudor (29, JFK au Kirchberg): une introduction d'Olivier Fabes, journaliste à l'hebdomadaire DATANEWS.BE, suivie de la présentation «CMS pour la gestion des compteurs de la Ville de Luxembourg» de Pierre-Marie Windels, INFEUROPE; puis de l'exposé «Démarche de sélection d'un outil de CMS libre» par la firme ATOS ORIGIN et enfin de la présentation de l'initiative des communes du Nord par Corinne Loesel du CRP Henri Tudor.

Infos et inscriptions auprès de Corinne Loesel, tél.: 42 59 91-328, e-mail: corinne.loesel@tudor.lu. L'inscription est gratuite.

24 septembre 2003

Séminaire sur la **fiabilité et la sécurité des systèmes informatiques**

Et si mon informatique se mettait en congé? Mon système informatique est-il suffisamment fiable et sécurisé? Quelles sont les conséquences d'une défaillance bloquante du système sur la productivité de l'entreprise? Comment réduire le risque d'une telle défaillance? Quel est l'état des technologies actuelles? C'est à ces questions et à leurs réponses que sera consacré un séminaire organisé avec le concours de la Chambre de Commerce le 24 septembre 2003 de 16h30 à 20h30 au siège de la Chambre de Commerce, 31, Bd Konrad Adenauer à Luxembourg. Les exposés seront assurés par un représentant de la Chambre de Commerce et par des orateurs des Sociétés Fujitsu-Siemens, Microsoft et Systemat. Le séminaire sera suivi d'une dégustation gratuite de vins fins et fromages.

Le séminaire est destiné aux Petites et Moyennes Entreprises du Grand-Duché de Luxembourg, qui pourront demander leur invitation personnelle au tél. 31 71 32-258 (Mme E. Pittalis).

Sixième Programme Cadre de Recherche et Développement européen (6e PCRD)

Deuxième **série d'appels** à propositions

Le 17 décembre 2002, date de lancement des premiers appels à propositions, a véritablement marqué le démarrage du 6e PCRD de l'Union Européenne. L'importance de ces premiers appels était considérable puisque dotés de près d'un tiers des budgets totaux du programme qui couvrent une période de quatre années (2002-2006). Les acteurs européens de la recherche l'ont bien compris et la Commission européenne a enregistré des taux de participation records.

Les acteurs de la recherche, déjà participants ou non, doivent rester attentifs et suivre de très près le lancement par la Commission européenne d'une seconde série d'appels à propositions, fortement dotés sur le plan budgétaire.

Parmi les thématiques concernées par les seconds appels à propositions, notons les 525 millions d'euros qui seront alloués dans le cadre de la priorité 2 du 6e PCRD – IST (Information Society Technologies).

Le tableau ci-dessous reprend de manière succincte les actions concernées par cet appel et les budgets alloués pour chacune d'elles:

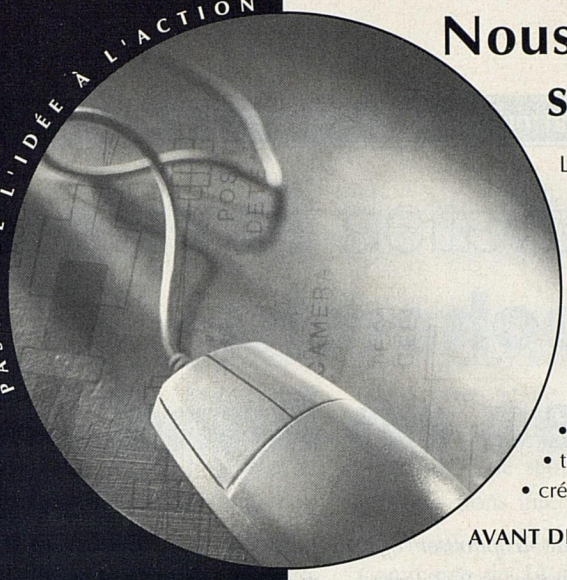
Objectifs stratégiques	Budgets alloués (millions d'euros)
Affichages avancés	25
Composants fonctionnels optiques, optoélectroniques et phoniques	45
Plates-formes de développement ouvertes pour les logiciels et les services	55
Systèmes cognitifs	25
Systèmes enfouis	50
Applications et services pour les utilisateurs et les travailleurs mobiles	60
Contenu multimédia pour les loisirs et le divertissement	55
Systèmes GRID et résolution de problèmes complexes	45
Amélioration de la gestion des risques	35
Insertion numérique	30
Mise en réseau de la recherche	25
Mesures d'accompagnement générales	8

Un grand nombre d'informations relatives au 6e PCRD sont désormais accessibles sur le «Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche» à l'adresse suivante: www.innovation.public.lu.

Vous y trouverez, entre autres, des informations sur tous les appels lancés par la Commission européenne, sur les modalités de participation, etc. A souligner également les nombreuses offres de partenariats de recherche, provenant d'universités, centres de recherche et entreprises étrangères, qui sont autant d'occasions pour participer à un projet high-tech d'envergure internationale. ■

Les conseillers de Luxinnovation, spécialisés dans la gestion des demandes de financements communautaires, se tiennent à votre disposition pour étudier vos projets, vous guider dans vos recherches de partenaires, et auditer vos dossiers avant soumission.
Contact: Luxinnovation GIE, Tél.: 43 62 63-1,
M. Jean Michel Ludwig: jean-michel.ludwig@luxinnovation.lu;
Mme Delphine Dussain: delphine.dussain@luxinnovation.lu

PASSEZ DE L'IDÉE À L'ACTION



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

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

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

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

LUXINNOVATION G.I.E. - 31, Bd Konrad Adenauer
L-1115 Luxembourg-Kirchberg - Tél: +352 43 62 63-1
Fax: +352 43 81 20 - E-mail: luxinnovation@luxinnovation.lu

LUXINNOVATION
Agence Nationale pour la Promotion de l'Innovation et de la Recherche

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

www.innovation.public.lu

Le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche

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

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

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

Mise à jour quotidienne & accès gratuit

http://www.innovation.public.lu

LUXINNOVATION Agence Nationale pour la Promotion de l'Innovation et de la Recherche

LE GOUVERNEMENT DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Actions innovatrices du FEDER

www.innovation.public.lu

www.
innovation.
public.
lu

L'innovation et **la recherche mises en ligne**!

Le 2 juillet dernier, le Gouvernement luxembourgeois et Luxinnovation, l'Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, ont officiellement lancé le Portail luxembourgeois de l'innovation et de la recherche. L'événement s'est tenu dans les locaux de la Chambre de Métiers du Luxembourg avec notamment les interventions de M. Henri Grethen, Ministre de l'Economie, Mme Erna Hennicot-Schoepges, Ministre de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, et M. François Biltgen, Ministre délégué aux Communications.

A l'occasion de cette conférence, la communauté luxembourgeoise de la recherche a été largement représentée par quelque 140 participants issus des entreprises privées, des centres de recherche publics et des autorités publiques.

Des objectifs bien définis

En introduction, M. P. Reckinger, Président de la Chambre des Métiers, a relevé l'importance de mettre les outils de soutien et de financement de l'innovation à la portée des petites et moyennes entreprises. Le Ministre H. Grethen s'est félicité de la mise en ligne du Portail *«réponse électronique à la quête d'informations pertinentes»*, permettant *«d'optimiser l'offre de services aux entreprises et centres de recherche en matière d'innovation, de R&D et de création d'entreprises innovantes en mettant à leur disposition des services performants»*. En effet, le Portail constitue désormais une vitrine de référence contribuant à *«renforcer la visibilité internationale de la place technologique luxembourgeoise»* en offrant l'opportunité à ses acteurs de présenter leurs compétences innovantes. Tel est également le souhait de la Ministre E. Hennicot-Schoepges, qui appelle à *«fédérer les acteurs de l'innovation et de la recherche afin de créer une communauté R&D au Luxembourg»*, en utilisant le Portail comme vecteur de rapprochement des secteurs privé et public et plus particulièrement comme stimulateur de *«recherche de partenaires et de coopération communautaire autour du 6e PCRD»* entre les acteurs innovants.

La porte d'entrée vers l'innovation et la recherche au Luxembourg

Créé dans le cadre du plan d'action eLuxembourg, le Portail remplit parfaitement sa mission de source d'information gratuite et accessible à tous, ce qu'a relevé le Ministre F. Biltgen, en sa qualité de Président de la CNSI (Commission Nationale pour la Société de l'Information).

Pour preuve, les démonstrations de M. Romain Flammang de l'Imprimerie Centrale, responsable de la réalisation technique du Portail et de Mme Isabelle Schlesser de Luxinnovation, coordinatrice du projet, ont démontré que le Portail est un outil de travail interactif, qui offre des services uniques conçus pour apporter une réelle valeur ajoutée aux activités d'innovation, de recherche et de création d'entreprises innovantes, tels que:

- Le Répertoire des compétences technologiques disponibles au Luxembourg;
- Les opportunités d'affaires du Marché des technologies;
- Le Guide des aides à l'innovation et à la recherche
- et de nombreuses autres rubriques.

M. M. Walentiny, Président de Luxinnovation a finalement renouvelé aux entrepreneurs, aux chercheurs et doctorants, aux créateurs d'entreprises innovantes, aux étudiants et jeunes diplômés de l'enseignement supérieur son invitation à s'inscrire sur le Portail et à y faire figurer leurs compétences technologiques. ■

Pour plus d'informations:
Luxinnovation GIE,
Mme Caroline Leleu,
Tél.: 43 62 63-33,
caroline.leleu@luxinnovation.lu

7-16 novembre 2003

Festival des **Sciences** 2003

Du 7 au 16 novembre 2003 se tiendra à Luxembourg le prochain Festival des Sciences. Cette manifestation scientifique et culturelle a pour but de promouvoir les sciences, la recherche et les nouvelles technologies auprès du grand public, et de favoriser l'intérêt des jeunes pour des carrières scientifiques et techniques.

Pour la première fois, les entreprises luxembourgeoises se joindront à l'événement, et ce, sous la thématique «Science et industrie dans votre vie de tous les jours». Leur participation sera présentée sous forme de stands avec posters et expositions interactives dans les nouveaux locaux de la Chambre de Commerce du 14 au 16 novembre 2003. La journée du vendredi 14 novembre sera réservée aux visites des écoles coordonnées par le Musée National d'Histoire Naturelle, alors que l'exposition sera ouverte au grand public durant tout le week-end du 15-16 novembre. ■

Pour plus d'informations:
Luxinnovation GIE,
Mme Sophie Wilmet,
Tél.: 43 62 63-1,
sophie.wilmet@luxinnovation.lu

22. - 23. September 2003

Österreichisch-Luxemburgische Kontakttage zum **Thema Informationstechnologie** im Transportsektor

Die Österreichische Außenhandelsstelle in Brüssel organisiert, mit der Beteiligung von Luxinnovation, am 22. und 23. September 2003 eine Partneringveranstaltung wo österreichische Unternehmen die Möglichkeit haben mit luxemburgischen Geschäftspartnern im Bereich der Informationstechnologie und im Transportsektor in Kontakt zu treten.

Der voraussichtliche Ablauf der Veranstaltung sieht vor, dass die österreichischen Teilnehmer die luxemburgischen Kooperationspartner in deren Firma oder in den Räumlichkeiten der Handelskammer Luxemburg besuchen, wo neben einer kurzen Firmenpräsentation über gemeinsame Projekte und andere Formen der Zusammenarbeit gesprochen wird. Die Außenhandelsstelle organisiert die Firmenbesuche und begleitet zu den Terminen.

Die Besuche bei den luxemburgischen Firmen sind für den 22. und 23. September 2003 vorgesehen.

Teilnehmende Firmen aus Österreich:

- Arsenal Research: Anwendungsorientierte F&E in den Bereichen Verkehrstelematik, Floating Car Data Technology, Pavement-Management, Akustik an Verkehrswegen
- ArtiBrain: Software für die digitale Mustererkennung – Konzeption von Tunnelsicherheitssystemen
- Joanneum Research: Anwendungsorientierte F&E im Telematikbereich (Fahrzeugortung, GPS), Flottenmanagement, Fahrgastinformationssysteme
- TRUCK-LOC: Tracking- und Tracing Systeme für Fahrzeuge auf Basis GPS- und GSM-Technologie
- Via donau: Telematikdienste im Transport- und Logistikbereich für Wasser- und Straßenverkehrswege. ■

Bitte wenden Sie sich für weitere Informationen an
Herrn Marc FERRING,
Luxinnovation,
Tel.: 43 62 63-31,
E-mail:
marc.ferring@luxinnovation.lu

Aide à la création d'entreprise

«1, 2, 3, Go» révèle sa **nouvelle orientation stratégique**

Le réseau pour entreprendre «1, 2, 3, Go» dévoile sa nouvelle orientation stratégique et son projet de financement des start up via une société interrégionale d'investissement 1, 2, 3, Go Seed.

Créée en avril 2000, Business Initiative et son réseau «1, 2, 3, Go» ont su promouvoir l'esprit d'entreprise dans la Grande Région. Le bilan de ces trois années est éloquent: 800 projets reçus et 235 pour l'édition 2002-2003 (dont 66 au Luxembourg). Plus de 200 coaches et partenaires du réseau ont aidé les porteurs de projets à finaliser leur plan d'affaires. «1, 2, 3, Go» a permis ainsi le développement ou la création de près de 80 entreprises.

Dans le but de pérenniser l'initiative, qui depuis trois ans a fait la preuve de son efficacité, et afin d'asseoir son aspect interrégional, un accord a été signé par les présidents des Chambres de Commerce de la Grande Région pour s'associer à «1, 2, 3 Go» et participer activement à la création d'entreprises en Grande Région. Chaque Chambre de Commerce régionale supervisera désormais la recherche de projets innovants et en assurera la maturation par un réseau de coaches. Une cellule rattachée à la Chambre de Commerce du Grand- Duché du Luxembourg sera chargée de coordonner les actions entre les CCI de la Grande Région. Une fois par an, les projets innovants de chaque région seront mis en concurrence dans le cadre d'un concours interrégional de business plans. Les meilleurs seront récompensés lors d'un événement interrégional organisé à tour de rôle dans chacune des régions.

Les projets les plus prometteurs auront également la possibilité de présenter leur plan d'affaires finalisé auprès d'une société interrégionale d'investissement spécialement créée pour financer l'émergence de projets innovants en Grande Région.

Cette société «1, 2, 3, GO Interregional Seed Capital Investment Company SA», dotée de 15 millions €, est en cours de création et devrait être opérationnelle fin octobre 2003. Elle est le fruit de la collaboration de deux principaux partenaires: la société de capital-risque Mangrove Capital Partners et Business Initiative. Sa mission sera de prendre des participations de 50.000 à 500.000 € par projet et d'aider les entrepreneurs dans la phase de démarrage de leur entreprise.

Si vous aussi souhaitez réaliser votre rêve d'entrepreneur, n'hésitez plus! Que votre projet ne soit qu'au stade de l'idée ou déjà plus élaboré, faites le pas et déposez-le sur notre site: http://www.123go-networking.org. L'inscription est à tout moment possible. Pour plus d'informations: http://www.123go-networking.org ■

WIRTSCHAFTSAUSKÜNFTE
FORDERUNGSEINZUG

Unternehmensspezifische Lösungen für ein erfolgreiches Risk-Management

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX
RECOUVREMENT DE CRÉANCES

Solutions spécifiques pour améliorer le risk-management de votre entreprise

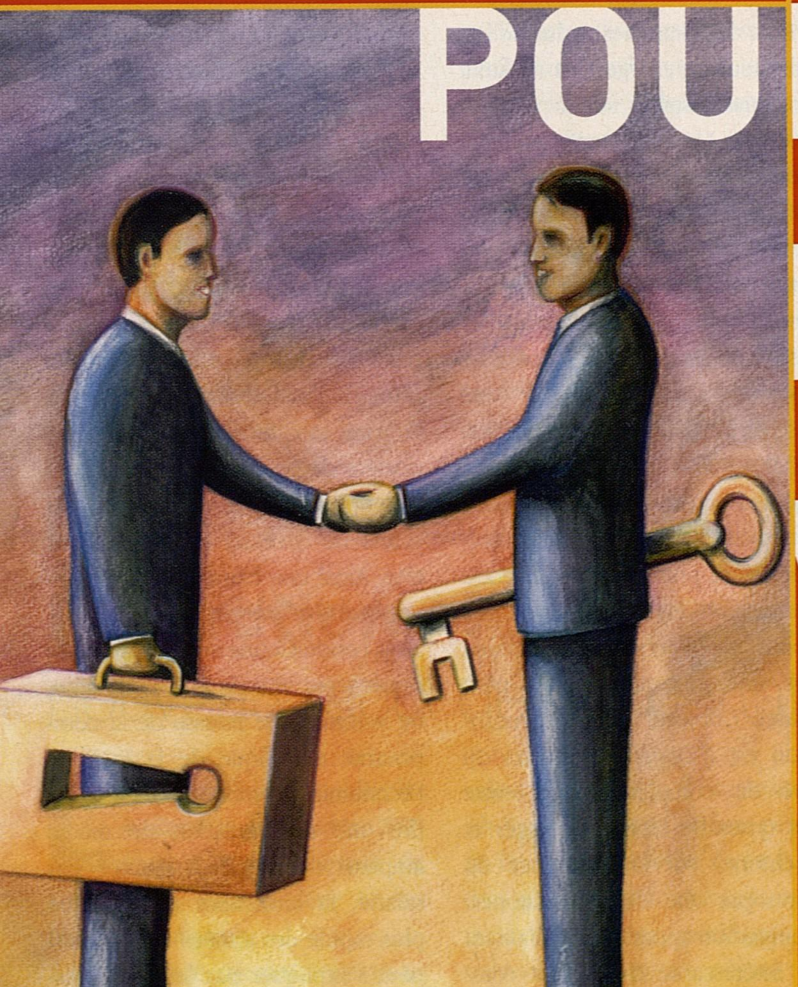
Creditreform Luxembourg SA
Tel. 00 352 263460-1
Fax 00 352 263460-50
e-mail info@creditreform.lu

seit/depuis 1879
Creditreform
Unternehmen Sie nichts ohne uns

FORUM **CREATION** D'ENTREPRISES

CHAMBRE DE COMMERCE LUXEMBOURG

CHEF D'ENTREPRISE, POURQUOI PAS VOUS?



Vendredi 10 octobre 2003
à partir de 16.00 heures

dans les locaux de la
Chambre de Commerce
du Grand-Duché de Luxembourg

www.cc.lu

TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR POUR ENTREPRENDRE AU LUXEMBOURG

SNCI · Business Initiative · clc commerce transport services · BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG · FORTIS · LUXINNOVATION · MINISTÈRE DES CLASSES MOYENNES, DU TOURISME ET DU LOGEMENT

ADVANTAGE

POUR TOUT RENSEIGNEMENT ET INSCRIPTION:

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg 31, Boulevard Konrad Adenauer L-2981 LUXEMBOURG Tél. [+352] 42 39 39-340 Fax. [+352] 43 83 26

Rapport sur la compétitivité de l'économie luxembourgeoise

Récent fléchissement de la compétitivité dans les services marchands

Le STATEC et la CREA viennent de sortir le quatrième rapport annuel sur la compétitivité de l'économie luxembourgeoise, publié dans la série des cahiers économiques du STATEC, numéro 95. Comme lors des années précédentes, ce rapport reprend dans la première partie une analyse des principaux indicateurs de la compétitivité et présente, dans les parties suivantes, deux études sur des aspects plus spécifiques de l'économie du Luxembourg.

Vu sur une période d'une dizaine d'années (depuis 1990), l'indicateur synthétique de la compétitivité de l'économie luxembourgeoise présente un profil ascendant (amélioration) jusqu'en 1997 suivi par une période relativement stable de 1997 à 2000 pour l'ensemble des branches marchandes luxembourgeoises.

Pour l'industrie prise séparément, la tendance de la compétitivité est à la hausse jusqu'en 1997, pour continuer à se maintenir à un niveau élevé entre 1997 et 2001. Par contre, pour les services marchands, l'on note une hausse moins forte de 1990 à 1997 avant une inflexion de tendance en 1998 – entamant un fléchissement de la compétitivité. Cette baisse semble s'expliquer essentiellement par une cause interne: l'accroissement du coût salarial unitaire.

A son tour, l'indicateur synthétique est décomposable en deux indicateurs: l'indicateur de marge sur coût salarial unitaire (M) et l'indicateur de compétitivité-prix.

Pour les branches industrielles, l'indicateur de marge (M) apparaît globalement stable sur la période 1990-2001. Les importants gains de productivité dans l'industrie ont ainsi compensé certaines baisses de prix et les hausses de salaires. Par contre, pour les services marchands, l'évolution est plus contrastée. Les hausses de marges sur la période 1994-1997 sont suivies par une baisse en 1998, mais surtout en 2000 et 2001.

Les deux études abordent des sujets particuliers sur la croissance. La première porte sur le lien entre l'immigration et la croissance des revenus de l'économie d'accueil (avec une adaptation à un petit espace). L'objectif de cette contribution est d'examiner l'impact du degré de complémentarité entre deux types de travail (étranger et autochtone) sur la croissance du revenu par tête des autochtones. L'immigration apparaît ainsi d'autant plus intéressante qu'elle est complémentaire à l'emploi autochtone. Toutefois, si le degré de complémentarité est trop prononcé, l'élévation du taux de croissance se heurte à un goulot d'étranglement engendré par la pénurie de main-d'œuvre.

La seconde contribution étudie la relation entre la croissance d'une petite économie ouverte et la croissance de la zone dans laquelle cette économie est fortement intégrée. Il est montré que le niveau de produit par tête de chaque pays est fonction du taux d'investissement moyen de la zone et que des différences en matière de productivité globale des facteurs (PGF) conduisent à des écarts de niveaux de produit par tête. Ainsi une hausse du taux d'investissement moyen de la zone de 10 % conduit à une augmentation du produit par tête de 8,7 %. Comme, de surcroît, une hausse de la composante spécifique de la PGF de l'économie luxembourgeoise engendre une augmentation de même ampleur de la valeur ajoutée par salarié, la croissance économique plus rapide des années 1975 à 2000 peut s'expliquer par les caractéristiques propres de la petite économie considérée – en l'occurrence la PGF des branches marchandes luxembourgeoises. ■

Une version électronique du Cahier économique N° 95 est disponible gratuitement sur le site Internet du STATEC à l'adresse www.statec.lu.
La version imprimée est disponible prochainement au STATEC, B.P. 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-4377, fax: 46 42 89, e-mail: info@statec.etat.lu, au prix de 8,60 EUR.
Pour en savoir plus: STATEC, Division D «Relations économiques extérieures», M. Guy SCHULLER, tél.: 478-4271, fax: 46 42 89, e-mail: guy.schuller@statec.etat.lu.

Echelle mobile

Adaptation des salaires et traitements (+ 2,5 %) au 1er août 2003

La dernière adaptation des salaires et traitements à l'évolution des prix à la consommation, au 1.6.2002, a eu lieu à la cote d'échéance de 634,02 points. Une nouvelle tranche de l'échelle mobile des salaires vient à échéance quand la moyenne semestrielle de l'indice (base 100 au 1.1.1948) atteint ou dépasse un seuil supérieur de 2,5 % au précédent, à savoir la cote de 649,87 points.

En se fondant sur les résultats de l'indice au 1er juillet publié le 5 août, après délibération de la Commission de l'Indice, le Statec a annoncé qu'au 1er juillet 2003 la moyenne semestrielle de l'indice a dépassé la cote d'échéance de 649,87 points.

La nouvelle cote d'application de l'échelle mobile des salaires, de 620,75 points (ancienne cote: 605,61 points), est entrée en vigueur au 1.8.2003, entraînant à cette date une majoration de + 2,5 % notamment des salaires, des traitements et des pensions. ■

Pour en savoir plus: STATEC, Unité B1 «Indice des prix à la consommation», M. Marco SCHOCKMEL, tél.: 478-4274, e-mail: marco.schockmel@statec.etat.lu

Balance courante du Luxembourg

Réduction de l'excédent courant et nouveau recul des exportations de services

Le STATEC vient de publier les résultats du 1er trimestre 2003 de la balance courante du Luxembourg dans la série N des Indicateurs rapides.

L'excédent courant s'élève au premier trimestre de 2003 à EUR 1,02 milliard, contre EUR 1,11 à la même période de l'année précédente. La détérioration plus ou moins marquée de la plupart des soldes partiels a été quasiment compensée par l'amélioration du solde des transferts courants et des transactions sur services autres que services financiers.

■ Evolution contrastée des échanges de biens et de services

Au total les exportations de marchandises ont légèrement baissé en valeur (- 0,3 %) au 1er trimestre de 2003 par rapport à la même période de l'année précédente. Cette évolution globale est toutefois la résultante d'évolutions spécifiques fort contrastées. L'impact négatif provient essentiellement du recul de quelque 60 % des réexportations de téléphones mobiles et des ventes à l'étranger d'or non monétaire. Par contre, les exportations de produits manufacturés ont même connu une croissance de 3,9 %. La valeur totale des importations de marchandises a augmenté de 11 % au premier trimestre de l'année 2003. Cette hausse s'explique essentiellement par des acquisitions exceptionnelles d'or non monétaire.

Les exportations de services ont continué le mouvement à la baisse des trimestres précédents pour fléchir encore une fois (- 9 %). Cette évolution est essentiellement la cause de la détérioration des activités dans le secteur financier. Les prestations de services financiers ont connu une baisse substantielle de quelque 18 % en raison de la chute de la valeur des actifs financiers négociés et du niveau d'activité relativement faible dans le domaine des OPC. Les exportations des autres types de services – comme par exemple les voyages, le négoce international (15 %), les activités informatiques et d'information (9 %), les services de communication (8 %) et d'assurance (14 %) – ont connu une évolution favorable (+ 6 %). Par contre, les services de transport ont connu un recul (- 6 %), qui est

sans doute à mettre en relation avec le ralentissement économique général dans les principaux pays partenaires.

Nette réduction de l'excédent du revenu des investissements

Globalement les flux de revenus avec l'étranger se soldent par un déficit qui s'est aggravé au premier trimestre 2003 à EUR 712 millions, contre EUR 627 millions à la même période de l'année précédente. Les flux de revenus au titre de la rémunération des salariés se soldent par un déficit de quelque EUR 800 millions, essentiellement en raison du rôle important des salariés frontaliers dans l'économie luxembourgeoise.

Le revenu des investissements continue à dégager un excédent, mais qui va en s'amenuisant. Au début du premier trimestre 2003 le total des flux de revenus (intérêts et dividendes) a connu une baisse record de 20 % par rapport au même trimestre de l'année précédente. Même si la baisse des taux d'intérêt explique une bonne partie de cette évolution, il est indéniable que le fléchissement est également à mettre en relation avec la baisse des revenus sur titres à revenu variable (en raison du climat conjoncturel morose).

Les transferts courants se soldent au premier trimestre de cette année par un excédent de EUR 214 millions contre un déficit de EUR 258 millions. Les deux résultats sont plutôt exceptionnels étant donné que les transferts courants se sont soldés au cours des cinq dernières années par un déficit trimestriel moyen de quelque EUR 140 millions. Le déficit nettement plus élevé au premier trimestre de l'année passée s'explique par un versement exceptionnel du Luxembourg à l'Etat belge dans le cadre des accords UEBL en matière de taxes indirectes. Le résultat positif enregistré au 1er trimestre de cette année est essentiellement dû à l'indemnisation partielle de la société SES pour le lancement accidenté du satellite en novembre passé.

La publication «Indicateurs rapides – série N» est disponible au STATEC, B.P. 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-4219, fax: 46 42 89, e-mail: info@statec.etat.lu et peut être téléchargée gratuitement à l'adresse www.statec.lu. Pour en savoir plus: STATEC, Unité D4 «Balance des paiements», M. Nico WEYER, tél.: 478-4362, e-mail: nico.weyer@statec.etat.lu

■

Marché de l'emploi

Les dépenses des **salariés frontaliers** au Luxembourg

L'année passée le STATEC et le CEPS/INSTEAD ont organisé pour la première fois une enquête sur les dépenses des salariés au Luxembourg. Les premiers résultats ont été publiés en décembre 2002. Comme annoncé, une analyse plus détaillée a été réalisée sur base des informations collectées grâce à la participation de quelque 4500 frontaliers. Cette nouvelle étude vient d'être publiée dans le Bulletin du STATEC n° 5/2003 et elle est disponible sur les sites du STATEC et du CEPS/INSTEAD: www.statec.lu ou www.ceps.lu.

L'étude s'articule autour de trois points. Le premier présente les principales caractéristiques de la population frontalière, le second, les résultats macroéconomiques relatifs aux dépenses des frontaliers sur le territoire luxembourgeois et le troisième propose une analyse microéconomique des comportements de dépenses des frontaliers au Luxembourg.

L'enquête et les informations qu'elle a permis de collecter sont inédites. En effet, aucune information n'existait sur le thème des dépenses des frontaliers au Luxembourg alors qu'elles deviennent une composante importante de l'économie luxembourgeoise. Rappelons que d'un point de vue macroéconomique, les dépenses des salariés frontaliers sur le territoire du Luxembourg ont été estimées pour l'année 2002 à 786 millions d'euros, soit une dépense moyenne par salarié frontalier et par jour ouvrable de 35 euros.

Parce qu'elle est inédite, cette première estimation des dépenses des frontaliers doit être validée. C'est pourquoi une seconde enquête a été lancée cette année encore. Sans les résultats de cette seconde enquête, l'estimation des dépenses frontalières resterait incomplète, notamment parce que l'on ignorerait la façon dont les dépenses des frontaliers peuvent évoluer dans le temps en fonction de la conjoncture nationale et internationale par exemple.

Cette seconde enquête a été lancée début juin de cette année.

Nombre de frontaliers ont déjà répondu au questionnaire, mais le STATEC a besoin du plus grand nombre de réponses possible pour garantir la qualité des résultats. C'est pourquoi les salariés frontaliers qui ont reçu un questionnaire et qui ne l'ont pas encore renvoyé sont invités à le faire aussi rapidement que possible. L'intérêt pour les salariés frontaliers s'inscrit aussi dans une autre perspective: mieux connaître les conditions d'accès au marché du travail luxembourgeois, et en particulier les habitudes en matière de transport. Ceci permettra d'étayer l'analyse des problèmes que les salariés frontaliers rencontrent quotidiennement en venant travailler au Luxembourg.

Une version électronique du Bulletin n° 5-2003 est disponible gratuitement sur le site Internet du STATEC à l'adresse www.statec.lu. La version imprimée est disponible au STATEC, B.P. 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-4377, fax: 46 42 89, e-mail: info@statec.etat.lu, au prix de 3,70 EUR.
Pour en savoir plus: STATEC, Division D «Relations économiques extérieures», M. Guy SCHULLER, tél.: 478-4271, fax: 46 42 89, e-mail: guy.schuller@statec.etat.lu

Tourisme

Les **régions rurales touristiques** en perte de vitesse depuis 1980

Le Bulletin du STATEC n° 3-2003 concernant les statistiques d'hébergement de 2000 à 2003 reprend, outre les informations sur l'évolution du tourisme au niveau national, des tableaux détaillés concernant les nuitées par région touristique de 1980 à 2002.

Si en 1980, la région du Centre a réalisé 27 % du total des nuitées, toutes catégories d'hébergement confondues, elle a pu augmenter constamment sa part relative pour se stabiliser depuis 2000 autour de 41 %. La région des Ardennes a reculé modérément passant de près de 38 % en 1980 à quelque 32 % en 2002. Jusqu'en 1988, année où la tendance s'est inversée, le nord du pays comptait plus de nuitées que le Centre.

La région du Sud a pu tirer son épingle du jeu avec un quasi-doublement de sa part relative qui est passée de 1,6 % en 1980 à 3,1 % en 2002.

La part relative de la région de la Moselle est restée étale durant les 20 dernières années (7 %) tandis que la région du Mëllerdall accuse le délaissement relatif le plus important avec seulement 17 % du total des nuitées en 2002 contre 26 % en 1980.

Du côté des hôtels, auberges et pensions la région du Centre comptabilise à elle seule les deux tiers des nuitées tandis que la deuxième région par importance relative, les Ardennes, réalise 13 %, soit un petit cinquième du Centre. C'est dans la région du Mëllerdall que l'on constate le recul relatif le plus considérable sur ce segment de marché, - 63 % durant les 23 dernières années, alors que les régions de la Moselle et du Sud font preuve d'un dynamisme considérable en matière de tourisme hôtelier avec des progressions, en termes d'importance relative de respectivement 42 et 71 %. Pour la Moselle cela signifie presque un doublement des nuitées et pour le Sud une progression de l'ordre de 140 %.

Une version électronique du Bulletin n° 3-2003 est disponible gratuitement sur le site Internet du STATEC à l'adresse www.statec.lu. La version imprimée est disponible au STATEC, B.P. 304, L-2013 Luxembourg, tél.: 478-4377, fax: 46 42 89, e-mail: info@statec.etat.lu, au prix de 3,70 EUR.
Pour en savoir plus: STATEC, Unité C6 «Statistiques R&D, Economie nouvelle, Environnement, Tourisme», M. Victor MOLLING, tél.: 478-4258, fax: 46 42 89, e-mail: victor.molling@statec.etat.lu.

Enquête **Eurochambres 2004**

L'association des Chambres de Commerce et d'Industrie européennes Eurochambres va procéder cette année à la 11e 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 l'ILRES, qui effectuera la collecte des données par téléphone auprès de quelque 800 entreprises au cours des deux premières semaines d'octobre 2003.

L'objectif de l'enquête est de connaître l'évolution des principaux indicateurs de la vie économique des entreprises en 2003 par rapport à 2002. Par ailleurs, les enquêteurs demandent aux dirigeants d'entreprise de s'exprimer quant aux perspectives économiques pour l'année 2004. Dans le contexte de faiblesse conjoncturelle actuelle, il s'avère hautement intéressant de connaître les appréciations des entreprises luxembourgeoises quant à l'évolution économique future.

Le succès de l'enquête dépend largement de la participation des entreprises questionnées. Les dernières années, quelque 90 % des entreprises luxembourgeoises choisies avaient participé à l'enquête et ont contribué, par cette voie, au succès de l'enquête Eurochambres au Luxembourg.

Les résultats de l'enquête 2004 seront publiés dans le Merkur 10/2003 et pourront être consultés à partir de décembre sur le site internet de la Chambre de Commerce (www.cc.lu) et d'Eurochambres (www.eurochambres.be).

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez contacter Monsieur Carlo Thelen, Membre du comité de direction et responsable du Département Economique auprès de la Chambre de Commerce (tél.: 42 39 39-351, e-mail: eco@cc.lu). ■

smz

Un bon acheteur ne se trompe jamais ! Il choisit WLW.

- WLW est le moteur de recherche idéal pour les produits et services b-to-b en Europe.
- Plus de 400.000 entreprises répertoriées, dans 15 pays et en 11 langues.
- Recherche rapide et efficace de nouveaux fournisseurs – gratuitement sur Internet.
- Actuel et rapide: les nouveaux clients vous trouvent aisément. Présentez votre entreprise, à une clientèle commerciale internationale.

Allez sur Internet: www.wlw.lu

WLW03/02/B

INTERPUB

Il s'intéresse à tout...

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

A tout âge, apprendre, c'est s'ouvrir de nouveaux horizons

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

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

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

Des centaines de formations à découvrir sur:

www.lifelong-learning.lu®

infoligne

26 20 40

La formation professionnelle continue, pour avancer avec le monde.

en partenariat avec:

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

Harmonisation et modernisation des **règles de facturation** en matière de **TVA**

Les mentions obligatoires que doivent contenir les factures

1. Les factures dont le montant TVA comprise dépasse 100 EUR:

- la date de délivrance,
- un numéro séquentiel, basé sur une ou plusieurs séries, qui identifie la facture de façon unique (nouveau),
- le numéro d'identification à la TVA sous lequel l'assujetti a effectué la livraison de biens ou la prestation de services (nouveau),
- le numéro d'identification à la TVA du client, sous lequel il a reçu une livraison de biens ou une prestation de services pour laquelle il est redevable de la taxe (nouveau pour les prestations de services).

Sont notamment visées les livraisons intracommunautaires de biens et les prestations de services pour lesquelles la TVA est due par le preneur assujetti du service en raison du transfert du lieu de prestation vers le preneur en vertu des articles 17.2.e) et 26 de la loi TVA luxembourgeoise,

- le nom et l'adresse de l'assujetti et de son client,
- la quantité et la nature des biens livrés et des services rendus,
- la date de la livraison du bien ou de la prestation de service,
- les éléments de la base d'imposition pour chaque taux ou exonération,
- le taux de TVA appliqué,
- le montant de la taxe à payer,
- en cas d'exonération ou lorsque le client assujetti est redevable de la taxe, la référence à la disposition légale respective (loi luxembourgeoise ou 6e directive).

Il est à noter que pour les livraisons intracommunautaires de moyens de transport neufs et en cas d'application du régime de la marge bénéficiaire, la loi prévoit des mentions particulières.

2. Les factures dont le montant TVA comprise ne dépasse pas 100 EUR:

- la date d'émission,
- le nom et l'adresse de l'assujetti,
- la quantité et la nature des biens livrés et des services rendus,
- le prix taxe comprise,
- le taux de la taxe.

Quelques questions d'actualité en relation avec la facturation

1. Quelle est la nouvelle définition de la facture?

Tout document ou message sur papier ou sous format électronique qui contient les mentions obligatoires énumérées ci-avant.

2. Pour quelles transactions l'assujetti doit-il émettre une facture?

- Pour les livraisons de biens et les prestations de services effectuées à un autre assujetti ou à une personne morale non assujettie,
- pour les acomptes versés avant la livraison du bien ou avant l'achèvement de la prestation de services.

3. La facture peut-elle être émise en devise étrangère?

OUI, sous condition d'exprimer le montant de la TVA en euros.

4. La facture peut-elle être rédigée en n'importe quelle langue?

OUI, mais l'administration peut exiger une traduction dans la langue française ou allemande.

5. L'assujetti peut-il émettre des factures périodiques?

OUI, à condition que chaque facture ne porte que sur des livraisons de biens et des prestations de services effectuées au titre du même mois civil.

6. L'assujetti peut-il sous-traiter sa facturation à un tiers ou à son client (self billing)?

OUI, sous condition d'avoir préalablement réglé les modalités avec l'autre partie.

7. La transmission des factures par voie électronique est-elle permise?

OUI, sur base de la loi du 19 juin 2003, et sous condition que cette transmission:

- assure l'authenticité de l'origine et l'intégrité du contenu,
- soit acceptée par le destinataire, soit au moyen d'une signature électronique, soit au moyen d'un échange de données informatiques.

8. Le stockage électronique des factures, livres et documents est-il possible?

OUI, si la fiabilité est assurée. Le stockage, dont la durée minimale est de 10 ans, peut se faire dans tout pays de l'UE.

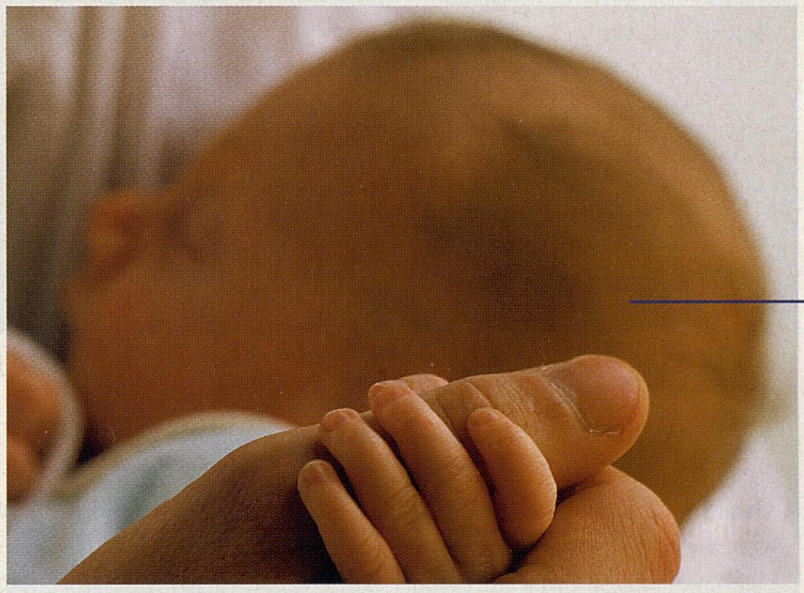
(Source: BDO Compagnie Fiduciaire, Base légale communautaire: Directive 2001/115/EC, Entrée en vigueur obligatoire: 1er janvier 2004, Base légale au Luxembourg: Loi du 19 juin 2003, Entrée en vigueur: 1er juillet 2003)

Plan d'action national en faveur de l'emploi

Pérennisation de certaines mesures du PAN

La loi du 18 juillet 2003 portant modification des articles XXIV et XXX de la loi modifiée du 12 février 1999 concernant la mise en œuvre du plan d'action nationale en faveur de l'emploi 1998, entrée en vigueur au 1er août 2003, a entraîné 2 conséquences importantes:

- les dispositions légales concernant le congé parental et le congé pour raisons familiales, initialement limitées à la période expirant le 31 juillet 2003, ont été reconduites à durée indéterminée;
- les dispositions légales concernant l'organisation du temps de travail (période de référence légale de 4 semaines, plan d'organisation du travail...), initialement limitées à la période expirant le 31 juillet 2003, ont été reconduites à durée déterminée pour une nouvelle période expirant le 31 juillet 2007. Avant cette date, il sera procédé, pour une période d'observation se terminant au 31 décembre 2006, à une réévaluation de ces dispositions sur le marché de l'emploi luxembourgeois. ■



Le congé parental sera maintenu après la période du 31 juillet 2003.

Ministère du travail et de l'emploi

Nouveaux formulaires administratifs

Le Ministère du travail et de l'emploi vient d'élaborer, en collaboration avec l'Inspection du travail et des mines, des formulaires de demande en autorisation ministérielle pour heures supplémentaires et pour travail de jour férié légal, ainsi que des formulaires de déclaration pour travail de dimanche. Dans un souci de simplification administrative, ces documents préimprimés sont destinés à aider les administrés concernés à mieux s'acquitter de leurs obligations légales en la matière.

Les différents formulaires seront disponibles sur le site Internet du Ministère du travail et de l'emploi (www.mt.etat.lu) et sur celui de l'Inspection du travail et des mines (www.itm.etat.lu). Ils peuvent également être commandés par téléphone au 478-6110 (MTE) ou au 478-6148 (ITM). (Communiqué par le SIP) ■

TABLEAU RECAPITULATIF DES CHARGES SOCIALES

(situation au 1er août 2003, indice 620,75)

1. Taux de cotisation

Branche d'assurance	Ouvriers			Employés			Indépendants
	Taux	Part du patron	Part de l'ouvrier	Taux	Part du patron	Part de l'employé	Taux [1]
Assurance pension	16 %	8 %	8 %	16 %	8 %	8 %	16 %
Assurance maladie	9,80 %	4,90 %	4,90 %	5,30 %	2,65 %	2,65 %	5,30 %
Allocations familiales	1,7 %[2]	–	–	1,7 % [2]	–	–	0,6 % [3]
Assurance accident	0,66-6 %	0,66-6 %	–	0,66-6 %	0,66-6 %	–	1,60 %
							(0,89 % [4])
Santé au Travail	0,11 % [5]	0,11 %	–	0,11 % [5]	0,11 %	–	–
	0,105 % [6]	0,105 %	–	0,105 % [6]	0,105 %	–	–
	35 EUR [7]	35 EUR	–	35 EUR [7]	35 EUR	–	–
Assurance dépendance	1 % [8]	–	1 %	1 % [8]	–	1 %	1 % [9]

[1] Assiette: revenu net provenant d'une activité indépendante, telle que visée par la législation fiscale (L.I.R. art. 10).

[2] Depuis le 1er juillet 1994, la cotisation est prise en charge par l'Etat.

[3] Depuis le 1er janvier 1999, la cotisation est prise en charge par l'Etat.

[4] Travailleurs intellectuels indépendants

[5] Uniquement pour les entreprises affiliées au Service national de Santé au Travail (SNST) (taux à prélever sur le revenu professionnel).

[6] Uniquement pour les entreprises affiliées au Service de Santé au Travail de l'Industrie (STI) (taux à prélever sur le revenu professionnel).

[7] Uniquement pour les entreprises affiliées à l'association pour la santé au travail du secteur financier (ASTF) (cotisation fixe par salarié).

[8] 1 % des rémunérations brutes après déduction d'un abattement d'un quart du SSM (350,74 EUR).

[9] 1 % des rémunérations brutes.

2. Minima et maxima cotisables

Branche d'assurance	Minimum mensuel	Maximum mensuel
Assurance maladie Assurance pension Allocations familiales Assurance accident Santé au Travail Assurance dépendance	Le salaire social minimum qui est de 226,01 EUR à l'indice 100, soit 1.402,96 EUR à l'indice 620,75 1.402,96 EUR pour les salariés de 18 ans accomplis 1.122,37 EUR pour les salariés de 17 à 18 ans 1.052,22 EUR pour les salariés de 15 à 17 ans	5 fois le salaire social minimum, c.-à-d. 7.014,79 EUR à l'indice 620,75

Niveau du **salaire social minimum**

Le salaire social minimum (cote d'application 620,75 de l'échelle mobile des salaires) est fixé comme suit à partir du 1er août 2003:

Travailleur non qualifié

Age	Taux mensuel	Taux horaire
A partir de 18 ans	1.402,96 EUR	8,1096 EUR
17 à 18 ans	1.122,37 EUR	6,4877 EUR
15 à 17 ans	1.052,22 EUR	6,0822 EUR

Le niveau du salaire social minimum pour travailleurs qualifiés, au sens des dispositions de l'article 4 modifié de la loi modifiée du 12 mars 1973, portant réforme du salaire social minimum, est fixé à 1.683,55 EUR par mois.

Peut prétendre au salaire social minimum pour travailleurs qualifiés:

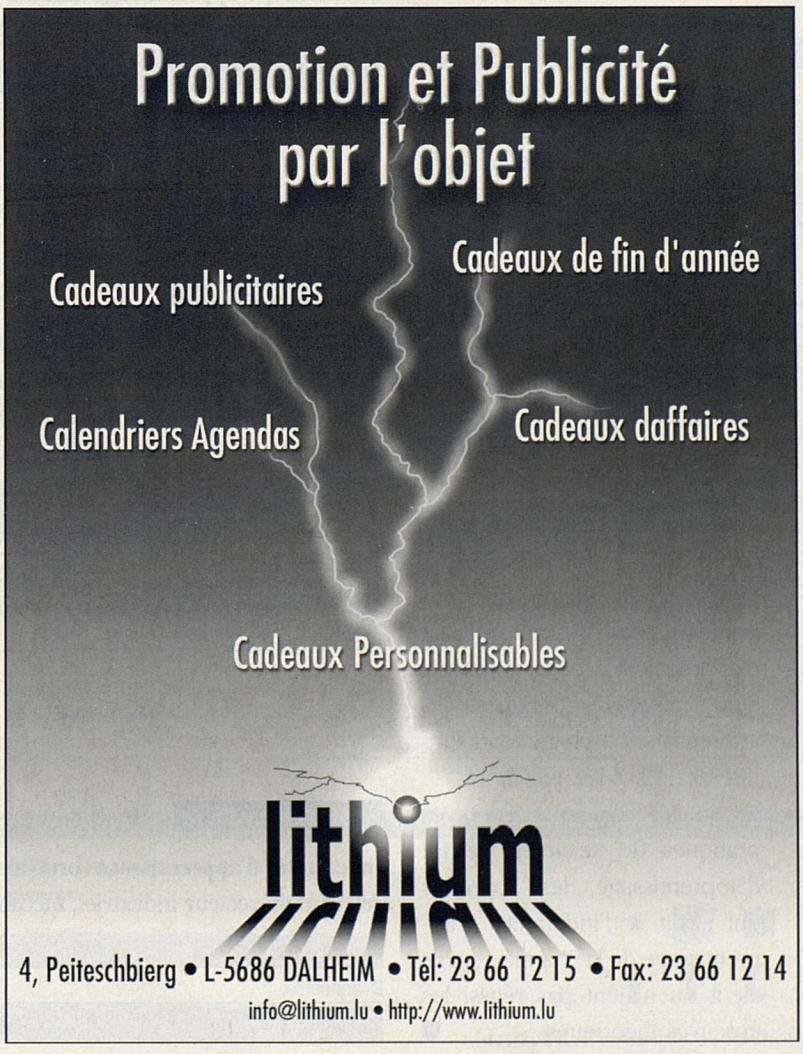
1. le salarié qui exerce une profession comportant une qualification professionnelle usuellement acquise par un enseignement ou une formation sanctionné(e) par un certificat officiel. Sont à considérer comme certificats officiels les certificats reconnus par l'Etat luxembourgeois et qui sont au moins du niveau du certificat d'aptitude technique et professionnelle (CATP) de l'enseignement secondaire technique. L'équivalence des certificats qui sont au moins du niveau du certificat d'aptitude technique et professionnelle est reconnue par le Ministère de l'Education Nationale sur avis du Ministre du Travail. Toute condition de pratique professionnelle antérieure est supprimée depuis le 1er avril 1986 pour l'attribution du salaire social minimum pour travailleurs qualifiés;

2. le détenteur du certificat de capacité manuelle (CCM) justifiant d'une pratique d'au moins deux années dans le métier dans lequel le certificat a été délivré;

3. le détenteur du certificat d'initiation technique et professionnelle (CITP) justifiant d'une pratique d'au moins cinq années dans le métier dans lequel le certificat a été délivré (disposition nouvelle à partir du 1er janvier 1997);

4. à défaut de certificat, le travailleur justifiant d'une pratique professionnelle minimale de dix années dans la profession considérée;

5. lorsque l'apprentissage d'une profession n'est pas acquis par la voie d'une formation sanctionnée par la délivrance d'un certificat officiel, la loi subordonne l'acquisition du bénéfice de la qualité de travailleur qualifié à une formation d'ordre pratique acquise par l'exercice durant une période minimale de six années de métier exigeant une certaine capacité technique.



Barème des **Indemnités d'Apprentissage mensuelles** (minima bruts)

Les tableaux en annexe renseignent sur le Barème des Indemnités d'Apprentissage mensuelles (minima bruts) à partir du 1er août 2003, indice 620,75. (Voir tableau 1.)

Une «prime d'encouragement» de 10 % de l'indemnité annuelle sera allouée aux apprentis vendeur/vendeuse, magasinier, décorateur, dessinateur en bâtiment, agent de comptoir «Voyages et Tourisme» et employé de bureau, à condition:

- qu'ils aient terminé avec succès leur année d'apprentissage;
- qu'ils aient obtenu des notes suffisantes consignées par le formateur dans le carnet d'apprentissage;
- qu'ils n'aient pas totalisé des absences répétées de plus de 30 jours dans l'entreprise pendant la période annuelle de référence.

Cette prime est à calculer sur le total des indemnités allouées à l'apprenti pendant la période de référence du 1er octobre au 30 septembre. Elle est à la charge de l'employeur et est à payer au plus tard le 31 décembre suivant. (Voir tableaux 2, 3 et 4.)

Remarque: En cas de prorogation du contrat d'apprentissage:

- En cas de réussite aux épreuves pratiques de l'examen de fin d'apprentissage sans avoir réussi aux épreuves théoriques, les apprentis ont droit à une indemnité de 1125,63 € par mois.
- En cas d'échec aux épreuves pratiques de l'examen de fin d'apprentissage, les apprentis ont droit à l'indemnité d'apprentissage de la 3e année, qu'ils aient ou n'aient pas réussi les épreuves théoriques. ■

Tableau 1

Indemnités d'apprentissage minima (brut/mois)

Pour	Vendeur, Magasinier, Décorateur, Dessinateur en Bâtiment	Agent de Voyages	Employé administratif et commercial, Assistant en pharmacie
1re année	400,4 €	475,34 €	
2e année	509,8 €	591,05 €	
3e année	741,7 €	840,03 €	840,34 €

Tableau 2

Indemnités d'apprentissage minima (brut/mois) pour apprentis de l'apprentissage préparatoire au CITP en vente

1re année	360,39 €
2e année	400,4 €

Tableau 3

Indemnités d'apprentissage minima (brut/mois), pour cuisinier, serveur et apprentis de l'apprentissage préparatoire au CITP en cuisine ou en service, les valeurs respectives des rémunérations en nature incluses

Pour	CATP Cuisinier	CATP Serveur de restaurant	CITP en Cuisine/Service
1re année	582,44 €	536,89 €	483,19 €
2e année	732,62 €	691,69 €	536,95 €
3e année	837,11 €		

Tableau 4

Indemnités d'apprentissage (brut/mois) pour apprentis des professions relevant du secteur industriel, mécanicien d'avion et informaticien qualifié

1re année	451,02 €
2e année	592,28 €
3e année	774,17 €

AFTER WORK TRAINING PROGRAM

PROGRAMME 2003 / 2004

[Demandez la nouvelle brochure auprès de l'IFCC.]

PROGRAMME		DURÉE	DÉBUT	JOUR	HORAIRE	PRIX
MARKETING						
Investissements publicitaires dans les médias luxembourgeois		Trois semaines	2 mars 2004	Mardi et Jeudi	18.30 à 21.00	125,00 €
Marketing stratégique et techniques de marketing-management		Trois mois	2 octobre 2003	Jeudi	18.30 à 21.00	225,00 €
Techniques des études de marché		Trois semaines	20 janvier 2004	Mardi et Jeudi	18.30 à 21.00	125,00 €
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES						
Gestion et calcul des salaires		Trois semaines	27 novembre 2003	Mardi et Jeudi	18.30 à 21.00	150,00 €
Gestion des ressources humaines		Quatre mois	18 novembre 2003	Mardi	18.30 à 21.00	150,00 €
COMPTABILITÉ						
Aspects fiscaux de la comptabilité		Trois semaines	4 mai 2004	Mardi et Jeudi	18.30 à 21.00	125,00 €
Comptabilité et fiscalité des salaires et traitements		Trois mois	2 octobre 2003	Jeudi	18.30 à 21.00	150,00 €
Comptabilité générale informatisée		Neuf mois	29 septembre 2003	Lundi	18.30 à 21.00	200,00 €
Cycle de formation en comptabilité commerciale						
· Niveau 1: Comptabilité commerciale pour débutants	Langue luxembourgeoise	Six mois	29 septembre 2003	Lundi	18.15 à 20.00	75,00 €
· Niveau 1: Comptabilité commerciale pour débutants	Langue française	Six mois	1 octobre 2003	Mercredi	18.15 à 20.00	75,00 €
· Niveau 2: Comptabilité commerciale pour initiés	Langue luxembourgeoise	Six mois	30 septembre 2003	Mardi	18.15 à 20.00	75,00 €
· Niveau 2: Comptabilité commerciale pour initiés	Langue française	Six mois	29 septembre 2003	Lundi	18.15 à 20.00	75,00 €
· Niveau 3: Comptabilité commerciale pour avancés	Langue française	Six mois	2 octobre 2003	Jeudi	18.15 à 20.00	75,00 €
DROIT						
Droit commercial		Quatre mois	30 septembre 2003	Mardi	18.30 à 21.00	150,00 €
Droit du travail et de la sécurité sociale		Quatre mois	21 janvier 2004	Mercredi	18.30 à 21.00	150,00 €
Droit des sociétés		Quatre mois	20 janvier 2004	Mardi	18.30 à 21.00	150,00 €
FISCALITÉ						
Cycle de formation en droit fiscal luxembourgeois						
· Partie A: Fiscalité des ménages		Sept mois	18 septembre 2003	Mardi et Jeudi	18.30 à 20.00	300,00 €
· Partie B: Fiscalité des entreprises		Sept mois	18 septembre 2003	Mardi et Jeudi	18.30 à 20.00	300,00 €
LANGUES						
Correspondance commerciale française		Six mois	29 septembre 2003	Lundi	18.15 à 20.00	75,00 €
Cours récapitulatif de la grammaire anglaise		Six mois	30 septembre 2003	Mardi	18.15 à 20.00	75,00 €
Cours récapitulatif de la langue française		Six mois	1 octobre 2003	Mercredi	18.15 à 20.00	75,00 €

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

Locaux:
31, bd Konrad Adenauer · Luxembourg-Kirchberg
Adresse postale:
Institut de Formation de la Chambre de Commerce
L-2981 Luxembourg
(+352) 423939-220
(+352) 438326
formcont@cc.lu
www.ifcc.lu

IFCC

Institut de Formation de la Chambre de Commerce

Fabricant de succès

Quelles **quantités** de **produits électriques et électroniques** au Luxembourg?

Avec l'entrée en vigueur d'une nouvelle directive européenne, les producteurs et importateurs de produits électriques et électroniques devront financer à partir de 2005 le recyclage des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). La Chambre de Commerce préconise une solution rationnelle et propose de créer un organisme qui endossera les obligations à charge des producteurs. Pour préparer la mise en place d'un système collectif de collecte et de traitement des DEEE, l'a.s.b.l. Valorlux a été chargée de réaliser une enquête auprès des entreprises concernées.

Le 13 février de cette année est entrée en vigueur une nouvelle directive européenne relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques (appelés DEEE).

La directive 2002/96/CE relative aux DEEE s'applique à de très nombreux produits électriques et électroniques. Parmi les dix catégories visées, on peut citer notamment:

- les frigos, congélateurs et autres appareils réfrigérants, mais aussi les gros appareils électroménagers tels que les lessiveuses, fours électriques;
- les petits appareils électroménagers tels que les robots, fers à repasser;
- les équipements informatiques et de télécommunication;
- les appareils audio et vidéo;
- les lampes à décharge et autres équipements d'éclairage;
- les outils;
- les jouets;
- les appareils médicaux;
- les instruments de contrôle et de surveillance;
- les distributeurs automatiques.

Cette directive prévoit de responsabiliser les producteurs et les importateurs de produits électriques et électroniques, qui seront tenus de financer à l'avenir le recyclage et la valorisation des DEEE en provenance des ménages.

A partir du 13 août 2005, différentes obligations vont incomber aux producteurs et aux importateurs et plus particulièrement:

- l'obligation de financer le traitement des DEEE historiques (c.-à-d. qui sont issus d'appareils qui ont été vendus antérieurement au 13 août 2005). Ce financement doit se faire au prorata des parts de marché de chaque producteur;
- l'obligation de garantir le financement du traitement futur de l'appareil vendu à partir du 13 août 2005.

Face à cette situation, la seule solution rationnelle est de créer un organisme qui endossera les obligations à charge des producteurs. En effet, le traitement de ce problème de façon globale sera beaucoup plus économique si chaque producteur met sur pied un système individuel de collecte et de traitement des DEEE.

C'est dans ce cadre que la Chambre de Commerce et la Chambre des Métiers ont chargé l'asbl VALORLUX de procéder à une étude qui vise à quantifier le nombre d'appareils électriques et électroniques mis sur le marché luxembourgeois. En effet, pour pouvoir mettre progressivement en place un système permettant de répondre à ces exigences, il y a lieu d'abord d'étudier le marché luxembourgeois et d'évaluer le nombre d'équipements électriques et électroniques importés en vue de leur vente au Luxembourg.

Récemment, un formulaire d'enquête a été envoyé à la plupart des importateurs luxembourgeois de produits électriques et électroniques. Le questionnaire consiste à répertorier le nombre d'appareils importés au Luxembourg. La Chambre de Commerce tient à encourager vivement toutes les entreprises ayant reçu ce formulaire de participer à l'enquête. En effet, ces données permettront notamment de déterminer la cotisation de recyclage qu'il faudra appliquer dans les années à venir lors de la vente de nouveaux appareils pour couvrir les frais de recyclage des DEEE.

Les données ainsi recueillies seront traitées dans la plus stricte confidentialité. Les résultats de cette enquête seront présentés en fin d'année lors d'une conférence de presse. La présentation des résultats se fera sous forme agrégée, c'est-à-dire sous la forme du nombre d'appareils vendus sur l'ensemble du territoire grand-ducal.

Pour plus d'informations, vous pouvez vous adresser à
Monsieur Tom Theves (tél. 42 39 39-353, e-mail: tom.theves@cc.lu)
ou Monsieur Bernard Mottet de l'association Valorlux asbl
(tél. 37 00 06-21, e-mail: bernard.mottet@valorlux.lu).

Septembre 2003

Séance d'information:
La démarche qualité dans l'Hôtellerie

Le Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité (MLQ) organise en collaboration avec la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg et l'HORESCA (Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers) une séance d'information portant sur la démarche qualité dans le secteur de l'hôtellerie. Cette séance aura lieu le mardi 30 septembre 2003 de 15h00 à 17h30 à l'Hôtel Parc Bellevue (5, avenue Marie-Thérèse – Luxembourg). Elle a comme objectif de démystifier les démarches qualité dans le secteur de l'hôtellerie en présentant les apports d'une telle démarche et un retour d'expérience.

Programme:

«Faudra-t-il une offensive de qualité au Luxembourg?», M. Robert Philippart, Directeur de l'Office National de Tourisme;

«Le label de qualité pour le tourisme suisse», Mme Géraldine Zuber, Chef de Projet Label de Qualité de la Fédération Suisse du Tourisme;

«Certification ISO 9001 dans un hôtel: retour d'expérience du Groupe Goeres», M. Yves Ruppert, Quality Manager de l'Hôtel Parc Belair;

«Le client Mystère», M. Werner Bullen, Société Nimax.

La participation à la séance d'information est gratuite. Les langues de travail seront le français et le luxembourgeois. ■

Pour plus d'information:
Mouvement Luxembourgeois pour la Qualité (www.mlq.lu),
Monique Dhobie,
tél.: (+352) 545 580 580,
fax: (+352) 545 580 501,
e-mail: info@mlq.lu.

Emballages et déchets d'emballages

Contrôles par l'Administration de l'environnement

En septembre 2002, l'Administration de l'Environnement avait démarré des contrôles pour vérifier auprès de certaines entreprises si la réglementation en matière d'emballages et déchets d'emballages était respectée. Comme annoncé (v. Merkur 7/2002), l'Administration de l'Environnement va continuer ces contrôles et vise dans une deuxième phase les entreprises de commerce. Il s'agit notamment des commerces de détail de confection textile, de chaussures et les parfumeries.

La Chambre de Commerce rappelle que le règlement grand-ducal du 10 octobre 1998 relatif aux emballages et déchets d'emballages prévoit que tout professionnel qui importe des produits emballés en vue de les vendre au Luxembourg est considéré comme responsable des emballages des produits qu'il vend. A ce titre, il est tenu d'atteindre certains taux de recyclage et de valorisation des déchets de ces emballages.

Les emballages concernés varient selon les secteurs. A titre d'exemple, les emballages visés dans le secteur textile sont aussi bien les cintres quand ils sont donnés au client que les boîtes des chemises et autres étiquettes. Dans le secteur de la chaussure, il s'agit des boîtes de chaussures ou encore des pots de cirage. Auprès des parfumeries, les emballages sont aussi multiples que les produits. Il s'agit des flacons de parfum, des bombes aérosol, des tubes de rouge à lèvre, etc. Enfin, dans les trois secteurs cités les emballages de service tels que les sacs de caisse doivent toujours être déclarés.

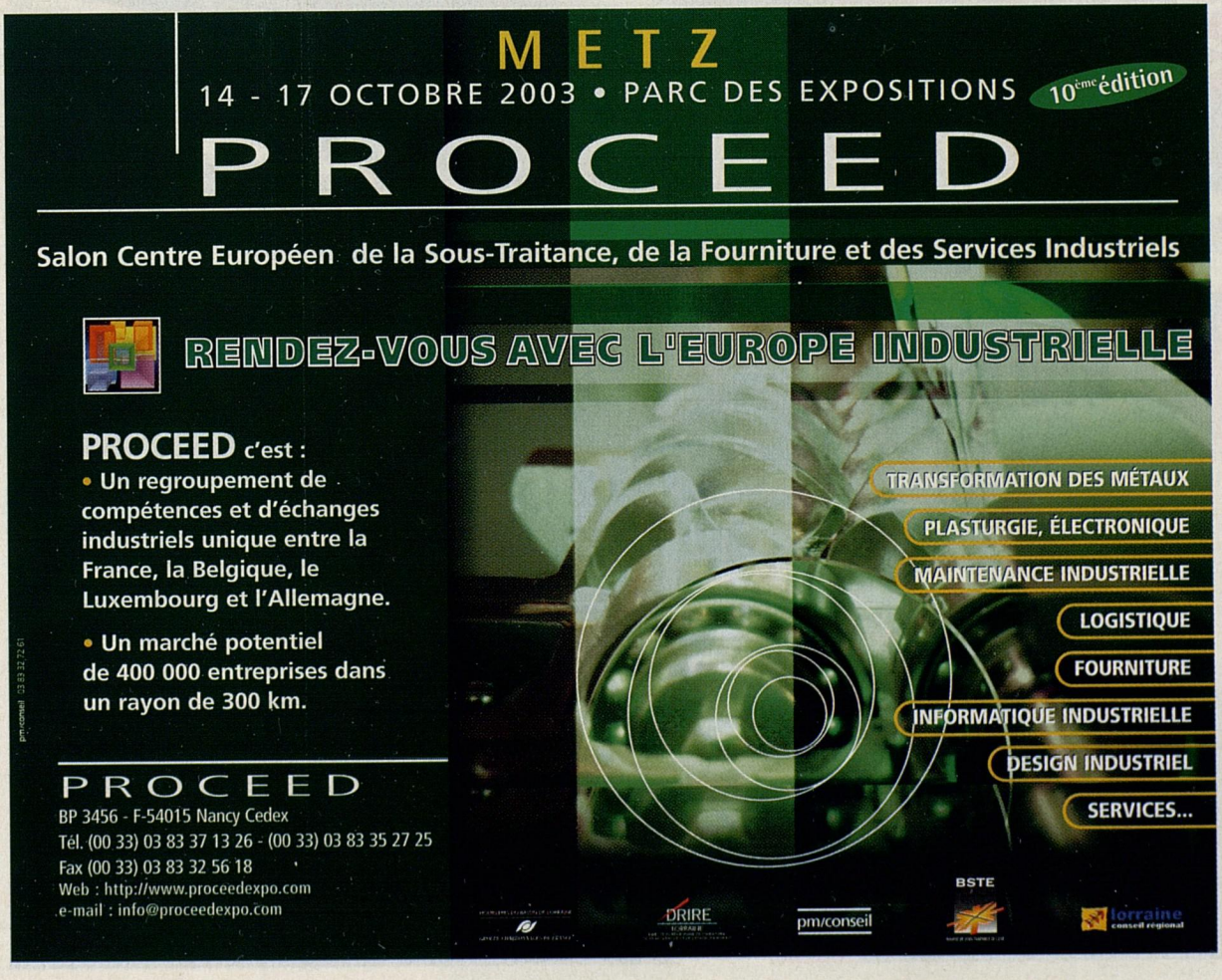
Comment s'acquitter de ses obligations légales de recyclage des emballages? La réglementation prévoit deux alternatives. Soit le commerçant met sur pied son propre système de collecte des emballages des produits qu'il a vendus, ce qui est en général difficile et onéreux à mettre en œuvre, soit il se décharge de ses obligations en adhérant à un organisme agréé à cet effet.

Au Luxembourg, l'asbl VALORLUX a été créée par le secteur privé pour endosser en tant qu'organisme agréé les obligations des responsables d'emballages en matière de recyclage et de valorisation. L'adhésion à VALORLUX implique une déclaration annuelle des emballages mis sur le marché et le paiement d'une cotisation proportionnelle au poids et aux matériaux qui composent les emballages. Afin de réduire à un minimum le travail administratif de déclaration, VALORLUX propose aux commerces concernés une adhésion via des contrats groupés au sein de leurs fédérations respectives de la clc.

En ce qui concerne les emballages de service, VALORLUX propose une procédure de déclaration via les fournisseurs des sacs de caisse. Il suffit alors au commerçant de demander à son fournisseur d'endosser sa déclaration à VALORLUX.

L'Administration de l'Environnement a annoncé vouloir poursuivre les entreprises qui ne remplissent pas ou qui remplissent fautivement les formulaires de déclaration.

Pour toute information supplémentaire, vous pouvez contacter Monsieur Tom Theves (tél.: 42 39 39-353; fax: 43 83 26; e-mail: tom.theves@cc.lu) ou Monsieur Bernard Mottet auprès de l'association Valorlux asbl (tél.: 37 00 06-21; fax: 37 11 37; e-mail: bernard.mottet@valorlux.lu).



Les **commerces généralistes** présents dans la Grande Région **Saar-Lor-Lux**

Quels sont les plus importants commerces généralistes de la Grande Région Saar-Lor-Lux? Après avoir présenté dans notre dernière édition les grandes surfaces «Cactus», «Wal-Mart», «Carrefour» et «Ahold», Norbert Friob complète le tableau des commerces généralistes avec la présentation de six autres grandes enseignes internationales présentes sur le marché régional.

Le groupe «Metro»

Le numéro un allemand de la distribution «Metro» est devenu le numéro deux européen après avoir été dépassé par «Carrefour». Il se place en 5e position sur le plan mondial avec des activités diverses comme le Cash & Carry, des commerces spécialisés, des grands magasins, etc.

Présent au Luxembourg et à nos frontières avec les enseignes «Bâtiself», «Praktiker», «Réal», «Metro», «Makro», «Kaufhof», «Mediamarkt Saturn» et autres, il a réalisé un chiffre d'affaires de 51,5 milliards d'EUR en 2002 et prévoit une progression de 5% en 2003. Présent dans 26 pays, deux nouveaux pays renforceront l'implantation mondiale avec l'ouverture de magasins Cash & Carry en Inde et en Ukraine et ce après deux ouvertures au Japon où 50 points de vente sont planifiés. Le nombre de magasins Cash & Carry en Chine sera porté à quarante.

Les points de vente Cash & Carry réalisent la moitié du chiffre d'affaires du groupe qui outre l'expansion en Asie, a renforcé sa présence dans ce secteur en Allemagne par le rachat de 25 magasins Cash & Carry «Spar», rachetés au groupe français «Intermarché» qui se trouvait en difficulté sur le marché allemand.

En terme de croissance et de rentabilité, les magasins Cash & Carry, les hypermarchés et les magasins «Mediamarkt» sont les locomotives du groupe.

Les 147 grands magasins «Kaufhof», numéro deux des grands magasins allemands, représentent 8 % du chiffre d'affaires du groupe «Metro». Ils travaillent au retour de la rentabilité avec le concept «Galeria». Après le rachat des 15 points de vente «Inno», cédés par le groupe belge «GIB», ces derniers seront remodelés selon les standards de «Galeria». Le magasin de 32.000 m² dans la rue Neuve à Bruxelles sera le deuxième flag-ship store, après celui de Düsseldorf. Il comprendra

Les magasins Cash & Carry

Pour rappel, les magasins Cash & Carry permettent aux commerçants, principalement restaurateurs, cafetiers, traiteurs, restaurants d'entreprise, de gérer leurs achats à flux tendus. De plus, ces derniers ont l'avantage de profiter de tarifs performants. Par contre, le paiement se fait au comptant et toute négociation est exclue. Une contrainte est l'enlèvement de la marchandise, ce qui a comme avantage de libérer le client des délais de livraisons. Le prix bas est possible du fait que le service est limité à la disponibilité des produits et des conseils minimalistes. «Metro», le leader sur ce marché, commercialise à la fois des denrées alimentaires destinées aux métiers de bouche mais aussi du textile, du matériel de bureau et du mobilier pour l'équipement des clients. Les articles sont facturés avec dissociation de la Tva. Actuellement, des enseignes de Cash & Carry spécialisées dans les fournitures de bureau connaissent un essor sur le marché européen.

Les commerces généralistes présents dans la Grande Région Saar-Lor-Lux

une nouvelle implantation d'un «Mediamarkt» de 5.000 m². Ce premier investissement à l'étranger dans le secteur des grands magasins servira de test en vue d'adapter le concept «Galeria» à des projets d'expansion internationale.

L'enseigne «Mediamarkt»

Cette grande surface spécialisée en électronique grand public devrait être développée sur le marché européen par l'ouverture de 45 nouveaux magasins dont des implantations au Luxembourg. Actuellement, le Luxembourg est couvert par le magasin de Trèves. Le groupe rationalise également sa branche alimentaire en fort déficit et annonce la fermeture de ses supermarchés. Après la vente de «Adler-Modes», «Meubles Roller» et «Vobis» le groupe «Metro» envisage toujours la vente du secteur bricolage «Praktiker» («Bâtiself» à Luxembourg) avec 41,6 millions d'EUR de pertes en 2002.

C'est la forte présence (près de 50 %) de «Metro» à l'international qui assure deux tiers des bons résultats du groupe et compense les médiocres performances du marché allemand.

Après s'être séparé des immeubles abritant ses filiales comme «Praktiker» (Bâtiself) pour 2,7 milliards d'EUR en 1999, «Metro» se sépare également de 350 immeubles bien situés, occupés principalement par les grands magasins. Le prix de vente de l'ordre de 3 milliards d'EUR assurerait un bénéfice de l'ordre de 500 millions d'EUR.

■ Le groupe «REWE»

Le numéro douze mondial «Rewe» est une coopérative de commerçants avec un maillage international concentré sur douze pays avec en tête l'Autriche et l'Italie. Avec la reprise du groupe suisse «Bon Appétit», le numéro trois du secteur alimentaire suisse, il contrôle 9 % de ce marché.

Présents à notre frontière, le numéro deux allemand «Rewe» réalise un chiffre d'affaires de 41 milliards d'EUR dont 23 milliards en Allemagne. L'enseigne discount «Penny» avec 2.000 magasins réalise à elle seule 5,2 milliards d'EUR de chiffre d'affaires. Le secteur alimentaire représente 61 % du total et place «Rewe» en seconde position en Allemagne pour ce secteur derrière «Edeka». Le groupe occupe 187.000 personnes.

Il n'a pas été épargné par la tourmente qui affecte le commerce de détail allemand. 450 magasins ont été fermés. «Rewe» est également actif dans le commerce de gros et le Cash & Carry ainsi que dans le secteur des voyages où il réalise un chiffre d'affaires de près de 5 milliards d'EUR.

■ Le groupe «I.T.M. Entreprises»

«I.T.M.», le numéro trois français et le numéro six européen est issu d'une scission du mouvement «Leclerc» en 1969. Avec ses douze enseignes, dont les plus connues sont «Intermarché», «Ecomarché», «Bricomarché» et «Vétimarché», «I.T.M.» Entreprises est le holding opérationnel d'un groupement de commerçants indépendants regroupés au sein de «S.C.M.» (Société Civile des Mousquetaires) qui définit la stratégie des 2.700 associés ou adhérents, présents dans 9 pays d'Europe.

Les indépendants gèrent collégialement une structure commune dont ils sont les seuls actionnaires. Chaque chef d'entreprise participe à la direction d'une des entités opérationnelles de la structure commune et ce, deux jours par semaine selon le système dit du «tiers temps».

Le chiffre d'affaires est de 37,2 milliards d'EUR dont 21,5 réalisés en France. Le groupement contrôle par ailleurs 45 usines et «Spar AG» en Allemagne qui est un foyer de pertes préoccupant à l'origine d'une perte de 319 millions d'EUR en 2001. Le groupement occupe 120.000 salariés et possède sa propre flotte de 40 bateaux de pêche.

En 2002, il a réalisé une alliance pour les achats avec la coopérative espagnole «Eroski», numéro trois de l'alimentaire espagnol, ainsi qu'avec «Leclerc» et «Coop Italia».

Ces alliances pourraient aboutir à la création d'un groupement des groupements européens. Le groupement «I.T.M.» s'est développé essentiellement sur le créneau des supermarchés et dispose de 3.048 points de vente en France, 3.954 en Allemagne («Spar AG») et 441 dans le reste de l'Europe dont 65 en Belgique (un à Arlon).

Spar AG :

En 1997 «I.T.M.» s'est offert «Spar AG», le numéro quatre de la distribution allemande. A ce jour les «Mousquetaires» auraient investi plus de deux milliards d'EUR en Allemagne en considérant les pertes, les abandons de créances etc., et ce en pure perte. Cette situation est à l'origine de conflits internes car une partie des associés critiquent vivement

la politique du groupement et d'autres le quittent.

Le groupe poursuit un plan d'assainissement avec le soutien de ses créanciers. Après la fermeture et la cession de nombreux points de vente, le développement du groupement en Allemagne passe par l'enseigne «Netto» (le seul secteur bénéficiaire), le numéro cinq du hard discount en Allemagne avec 1.100 magasins et l'abandon de l'enseigne «Intermarché».

Le numéro 14 mondial «Edeka»

Le numéro trois allemand et le numéro sept européen «Edeka» est un groupement qui compte quelque 5.000 négociants indépendants. Avec 11.700 points de vente, il réalise dans le commerce de détail un chiffre d'affaires de 32,8 milliards d'EUR. Il s'y ajoute des activités de commerce de gros.

Près de 8.000 magasins sont exploités par des indépendants et les autres en régie propre. «Edeka» est le leader du commerce alimentaire en Allemagne devant «Aldi» et «Rewe».

Structure d'«Edeka»:

- +/– 5.000 négociants indépendants
- 14 coopératives
- 7 commerces de gros
- Participations dans: «AVA, Gedelfi, Edeka Danmark, etc.»

Le groupement croît régulièrement par la reprise de magasins de «Spar», «Markant», etc.

Le numéro 15 mondial «Aldi»

«Aldi», le numéro quatre de la distribution allemande, et le numéro un européen du discount, tire bien son épingle du jeu et progresse à une époque où beaucoup de concurrents régressent ou stagnent.

La stratégie d'«Aldi» à l'origine de son succès est résumée dans l'ouvrage «Parlons Commerce!»[1]. La technique d'«Aldi», qui en 50 ans, a affiné sa stratégie, a permis aux frères fondateurs Karl et Theo Albrecht, de se positionner au 3e rang mondial dans le classement des milliardaires, réalisé annuellement par le magazine «Forbes» avec une fortune estimée à 25,6 milliards de $.

Le concept «Aldi»

L'activité commerciale des deux frères fondateurs Karl et Theo Albrecht commença en 1946 où prisonniers de guerre, ils sont libérés par les Alliés et reprennent le magasin familial. En raison de la pénurie d'après-guerre et en l'absence de capitaux, ils ne proposèrent que deux cents références avant tout dans l'alimentaire. En 1950, ils orientèrent leur commerce vers l'offre de produits à prix réduits («Discount»). Cette forme de vente correspondait exactement aux besoins de la population qui devait limiter ses achats au strict nécessaire. En 1961, la société fut scindée: Aldi Nord, basée à Essen, fut prise par Theo et Aldi Sud, basée à Mülheim, par Karl. Et en 1962, le premier magasin de vente en libre-service fut ouvert à Dortmund par Theo Albrecht. Depuis, le système «Aldi» n'a pas fondamentalement changé (les frères Albrecht se sont retirés de la direction de leur entreprise en 1993).

Les magasins fonctionnent avec un minimum de personnel et éliminent tout luxe superflu. Les produits sont présentés sur palette dans les cartons d'origine. Pour éviter les frais de scanning, chaque caissière doit connaître par cœur le code de chacun des articles.

Un magasin «Aldi» n'offre que 600 références au prix le plus bas possible et vendues tout au long de l'année sans promotion à prix cassé. Mais «Aldi Nord» s'est écarté du modèle traditionnel pour offrir jusqu'à 750 références. Cette politique est permise par un coût en personnel très réduit (3 % du chiffre d'affaires contre 13 % pour les autres enseignes allemandes) et la compression des frais généraux (absence de décoration, magasins strictement fonctionnels et de taille réduite: moyenne de 600 m² avec un emplacement de stationnement réduit).

Depuis 1999, «Aldi» ne vend plus aucun article sous marque du fabricant. Les 600 références sont basiques mais leur qualité est testée en permanence, y compris par des organisations de consommateurs (elle doit être semblable à celle du produit dominant du marché). Cette stratégie donne aux deux sociétés une grande puissance d'achat puisqu'en moyenne chaque référence génère un chiffre d'affaires de 25 millions d'EUR. Si «Aldi» détient 13 % de parts de marché dans la vente de produits alimentaires en Allemagne, sa part atteint 30 % pour certaines des références vendues dans ses magasins.

«Aldi» s'étend à l'étranger avec le même concept de vente: il s'est installé en Autriche en 1967, aux Pays-Bas en 1975, en Belgique en 1986, en France en 1998 («Aldi Nord»), en Grande-Bretagne en 1990. Chaque fois le groupe a introduit la vente en magasin de maxi-discounts dans le pays. Indiquons que les deux sociétés possèdent exclusivement des magasins de ce type. Avec près de 7.000 points de vente et un chiffre d'affaires de 36,2 milliards d'EUR en 2002, «Aldi» est présent dans dix pays différents dont l'Allemagne, les Etats-Unis et l'Australie.

«Aldi» à Luxembourg

Les magasins luxembourgeois, au nombre de 10 avec une ouverture prochaine prévue à Wasser-

NOTES

[1] «Parlons Commerce!» de Norbert Friob, paru aux éditions Guy Binsfeld, 2002, ISBN 2-87954-114-X

Les commerces généralistes présents dans la Grande Région Saar-Lor-Lux

billig, dépendent du dépôt régional de Vaux-sur-Sûre (Bastogne). En Belgique, «Aldi» exploite près de 370 magasins.

En plus de sa gamme classique, «Aldi» propose chaque semaine des produits d'appel qui ne sont vendus que pendant quelques jours et attirent un nombre important de clients. Les produits d'appel sont proposés à des prix cassés et touchent toutes les familles de produits: ordinateurs dernier cri, vélos, lampes de poche, barbecue, etc. Par ces ventes promotionnelles, «Aldi» est devenu le premier vendeur de PC en Allemagne.

■ Le Groupe «Auchan»

Le numéro dix-neuf mondial «Auchan», présent à Luxembourg, à Metz et avec un nouveau complexe à Mont-St-Martin dont l'autorisation d'ouverture a été annulée par le Conseil d'Etat français, «Auchan» est un des grands acteurs de la distribution devenu incontournable dans la Grande Région. «Auchan» fait partie de l'empire de la distribution de la famille Mulliez. Le premier point de vente a été ouvert à Roubaix (France) dans le quartier Hauts-Champs, qui est à l'origine du nom de l'enseigne.

Les principales enseignes du groupe sont dans les branches suivantes:

- **Grande distribution:** «Auchan» avec les enseignes «Auchan» et «Atac», réalise un chiffre d'affaires de 27,6 milliards d'EUR (en 2002, + 5,3 %) dans 14 pays avec 309 hypermarchés, 601 supermarchés et 143.000 salariés. La France représente 63 % de son chiffre d'affaires et 30 nouveaux points de vente sont programmés pour fin 2003;

- **Bricolage:** «Leroy Merlin» présent dans huit pays (France, Espagne, Belgique, Pologne, Italie, Brésil, Portugal, Chine), avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 3,7 milliards d'EUR en 2002 et plus de 21.000 collaborateurs. Ils sont présents à nos frontières à Talange (France) et à Messancy (Belgique); «Bricoman» présent dans huit départements de la France; «Obi» en France et «Aki» au Portugal et en Espagne;

- **Sports et loisirs:** «Decathlon» présent avec 319 magasins dans 15 pays d'Europe, d'Asie, d'Afrique et d'Amérique avec un chiffre d'affaires en 2002 de 2,8 milliards d'EUR et un effectif de 26.500 salariés de plus de 50 nationalités. A nos frontières, il est présent à Thionville et Metz;

- **Textiles:** «Pimkie» présent avec 620 magasins dans onze pays de l'Europe dont deux au Luxembourg avec un chiffre d'affaires en 2002 de 850 millions d'EUR TTC et un effectif de 6.000 employés; «Orsay» présent dans 12 pays d'Europe avec 350 magasins et 3.500 employés; «Kiabi», présent avec 91 magasins en France, en Italie et en Espagne avec un chiffre d'affaires de 0,7 milliards d'EUR et 6.500 collaborateurs, est également présent à Thionville et à Metz;

- **Tapis et revêtements de sols et de murs:** «Saint Maclou», avec «Allied Carpets» en Grande-Bretagne, réalise un chiffre d'affaires de 0,9 milliards d'EUR sur un total de 500 magasins. A nos frontières il est présent à Thionville et à Metz. La plus récente enseigne «Cosily» concerne le linge de la maison;

- **Electro-domestique:** «Boulanger» avec 58 magasins dont deux en Espagne, réalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 0,7 milliard d'EUR avec un effectif de 4.000 personnes. A nos frontières, il est présent à Thionville et Metz;

- **Centres d'automobiles:** «Norauto» avec 165 magasins en France et 97 à l'international (Argentine, Belgique, Espagne, Italie, Pologne, Portugal), réalise un chiffre d'affaires de 790 millions d'EUR TTC avec un effectif de près de 6.000 personnes. L'enseigne belge «Auto 5» a été racheté au groupe «GIB». Les centres d'automobiles se diversifient dans la téléphonie et la communication. Ces magasins sont présents à Metz, à Thionville et à Arlon.

La famille Mulliez est représentée aussi dans les enseignes suivantes: «Jules» avec 162 magasins et un chiffre d'affaires de 168 millions d'EUR, «Camaieu» environ 133 magasins de textiles faisant un chiffre d'affaires total de 130 millions d'EUR, «Phildar» avec 951 boutiques faisant un chiffre d'affaires de l'ordre de 150 millions d'EUR et où le fil à tricoter représente 30 % des ventes. «Phildar» est en train de se diversifier dans la lingerie et le prêt-à-porter avec la nouvelle enseigne «Aquarelle».

La famille est présente dans le secteur du mobilier avec l'enseigne «Alinéa» et dans plusieurs autres branches telles que «Les jardins d'Auchan», «Tool Office», «Agapes Restauration» (400 millions d'EUR de chiffre d'affaires), «Flunch», «Amarine» dont un au Luxembourg, «Pizza Pai» et «Accord». L'entreprise de location de machines et outillages «Kiloutou» fait également partie du groupe de même que le groupe «Brice» acquis récemment par «Otexo» de la famille Mulliez. Le

groupe succursaliste «Brice» exploite 221 magasins d'habillement pour homme.

En regroupant toutes les activités généralistes et spécialistes de la famille Mulliez, celle-ci se positionne parmi les dix premiers de la distribution mondiale. L'association familiale de la famille Mulliez au nombre de plus de mille membres détient le capital des sociétés du groupe via des fonds communs de placement «Cimovan» et les holdings «Agape» et «Ospar».

Le groupe emploie 170.000 salariés et 98 % des salariés d'Auchan sont actionnaires dans leur société.

Développement international

La plupart des enseignes ont été créées dans les années '60 et '70 et aujourd'hui le développement se poursuit à l'international. «Auchan» est en train de se repositionner en termes de prix et de présence à l'international avec la fermeture des deux hypermarchés de Houston (USA) et la cession des cinq magasins au Mexique.

L'enseigne a dépassé cette année-ci le cap des 300 hypermarchés et des 600 supermarchés avec l'ouverture de cinq hypermarchés dans l'Union européenne et au Maroc, 7 hypermarchés dans les pays de l'est de l'Europe, et plus récemment en Russie où «Auchan» a ouvert le plus grand hypermarché discount de la Russie (16.000 m²) avec une galerie marchande de 42 boutiques, des restaurants et 2.700 emplacements de parking. En outre, «Auchan» se développe en Asie, en Argentine, ainsi qu'à Taiwan et en Chine avec 18 hypermarchés.

«Auchan» à Luxembourg

En octobre 1996, «Auchan» avait ouvert son premier hypermarché au Luxembourg-Kirchberg avec une surface de 12.000 m² sur deux étages, un effectif de 600 collaborateurs (dont 80 % de frontaliers), près de 80.000 références, un drink shop de 1.200 m², une galerie marchande de 55 boutiques et un parking souterrain de plus de 2.700 emplacements.

Auchan Luxembourg:

- 12.000 m² sur deux niveaux
- 600 collaborateurs dont 80 % de frontaliers
- +/– 80.000 références
- drink shop de 1.200 m²
- 88 caisses
- galerie marchande de 55 magasins
- 2.700 emplacements de parking
- 3.500.000 passages aux caisses par an
- 170.000.000 d'EUR de chiffres d'affaires en 2001

Après de grandes difficultés, «Auchan Luxembourg» aurait enregistré ses premiers bénéfices en l'an 2000. A la fin de cette année-là, le chiffre d'affaires avait progressé de 57 % depuis 1997. En 2001 l'hypermarché avait atteint un chiffre d'affaires approchant les 170 millions d'EUR et les 3.500.000 passages de clients avaient bien témoigné que le groupe «Auchan» a eu la main heureuse en s'implantant au Grand-Duché.

Les responsables de la chaîne veulent encore rapprocher davantage l'hypermarché «Auchan» d'une clientèle multi-culturelle par le biais d'une gamme de produits très diversifiés (+/– 80.000 références), sachant répondre aux attentes de la clientèle multinationale et présentant entre autres un grand nombre de produits alimentaires régionaux en provenance de la France ainsi qu'une politique de prix très compétitive.

Les secteurs alimentaires qui ont le plus contribués à la renommée d'«Auchan Luxembourg» sont la poissonnerie, la fromagerie ainsi que le rayon des pains, fabriqués sur place. Quant au secteur non-food, il convient de citer l'espace multimedia, notamment le gigantesque rayon des DVD. ■

L'auteur: Norbert Friob

Créateur et chef d'entreprise, Norbert Friob est une figure clé du monde commercial luxembourgeois. Son expérience, ses connaissances approfondies et ses multiples fonctions au sein d'organismes professionnels font de ce «self-made man» le porte-parole naturel d'un secteur d'activité extrêmement vaste et passionnant. Norbert Friob est vice-président de la Chambre de Commerce et ancien président de la Confédération luxembourgeoise de commerce. Il est par ailleurs membre luxembourgeois de nombreux organismes et groupes d'experts internationaux, notamment du «Entreprise Policy Group» auprès de la Commission européenne. Norbert Friob est l'auteur de «Parlons Commerce!» paru aux éditions Guy Binsfeld, 2002, ISBN 2-87954-114-X

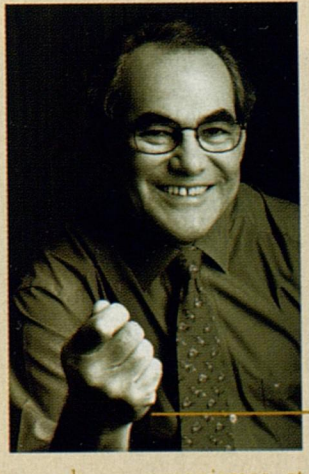


Photo: Fränk Weber, livre «Parlons commerce!» de Norbert Friob, Editions Guy Binsfeld

21 et 22 octobre 2003

Symposium sur la **sécurité** et l'utilisation des **produits dangereux**

Les 21 et 22 octobre prochain, deux symposiums sur les thèmes de la sécurité des chantiers et de l'utilisation des produits dangereux auront lieu au cours de la Foire d'Automne 2003.

Ces deux manifestations sont organisées par l'Inspection du Travail et des Mines en étroite collaboration avec la Chambre de Commerce et son service Euro Info Centre – Luxembourg PME/PMI.

21 octobre 2003: Symposium sur la sécurité des chantiers

Le premier symposium se déroulera le mardi 21 octobre 2003 de 14.30 à 17.00 heures dans la salle 2 de la FIL et portera spécifiquement sur la sécurité des chantiers.

Organisé en collaboration avec le Groupement des Entrepreneurs et la Chambre des Métiers, le symposium permettra dans un premier temps de rappeler l'importance de la santé/sécurité sur les chantiers et de passer en revue les risques potentiels que l'on peut y rencontrer. Par la suite, la sécurité sera présentée comme étant une véritable philosophie, un pilier de l'organisation à intégrer dans la stratégie d'une entreprise. Puis, un plan général de santé/sécurité sera présenté afin de montrer concrètement comment mettre en place les mesures sur le terrain. Finalement, un témoignage de coordinateur nous permettra de mieux comprendre le point de vue des coordinateurs sécurité sur les chantiers.

La manifestation sera suivie par une visite officielle du stand de l'Inspection du Travail et des Mines.

Ce symposium a obtenu le soutien de la Commission européenne.

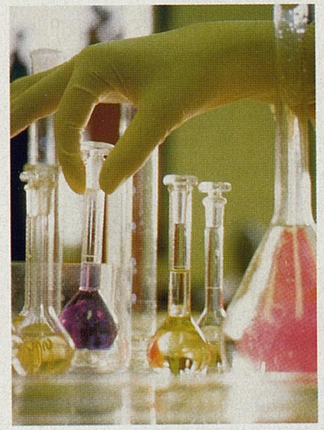
22 octobre 2003: Symposium sur l'utilisation des produits dangereux

Le second symposium se déroulera le mercredi 22 octobre 2003 de 14.30 à 16.45 heures dans la salle 2 de la FIL et abordera le thème de l'utilisation des produits dangereux sur le lieu de travail.

Le symposium sera organisé autour de 4 familles de produits utilisés régulièrement par les entreprises et présentant des risques:

- les solvants chlorés,
- l'asphalte,
- l'amiante et
- l'alcool.

Pour chacune de ces familles de produits, une présentation théorique d'un expert sera complétée par un



témoignage d'entreprise afin d'identifier les risques dans un premier temps puis de voir comment mettre en place des mesures préventives contre ceux-ci.

Le projet a obtenu le soutien de l'Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail et à lieu dans le cadre de la Semaine européenne pour la sécurité et la santé au travail sur le thème cette année «Substances dangereuses: prudence!».

22 octobre 2003: remise de récompenses

A la suite de cette seconde manifestation, 6 entreprises recevront une récompense de la part de Monsieur le Ministre Biltgen pour leur action dans le domaine de sécurité des chantiers ou de l'utilisation des produits dangereux.

La remise des récompenses se déroulera de 17.00 à 19.00 heures et comprendra une visite du stand de l'Inspection du Travail et des Mines ainsi qu'une réception officielle.

Les détails présentés ci-dessus sont sujets à modifications. Le programme définitif des manifestations est disponible en ligne sur le site web de l'Euro Info Centre: www.eicluxembourg.lu, rubrique «Séminaires». ■

Pour plus de plus amples informations sur le déroulement des manifestations, le service Euro Info Centre reste à votre entière disposition (Tél. 42 39 39-333, fax: 43 83 26, e-mail: eic@cc.lu)
Personne de contact:
M. François Nénon

Bulletin de préinscription

(à remplir à la machine ou en lettres majuscules)

Entreprise:_____

Nom:_____ Prénom:_____

Fonction:_____

Adresse:_____

Code postal:_____ Localité:_____

Téléphone:_____ Fax:_____

E-mail:_____ @_____

❑ souhaite recevoir une invitation au symposium «Sécurité des chantiers»
❑ souhaite recevoir une invitation au symposium «Utilisation des produits dangereux»
❑ souhaite recevoir une invitation à la remise des récompenses
❑ souhaite être contacté par téléphone pour obtenir de plus amples renseignements
❑ souhaite être tenu informé des actions similaires organisées ultérieurement

Euro Info Centre – Luxembourg
PME/PMI – Chambre de Commerce
Personne de contact: M. François Nénon
31, boulevard Konrad Adenauer • L-2981 Luxembourg
Tél.: 42 39 39-333 • Fax: 43 83 26 • E-mail: eic@cc.lu

Interactive Policy Making

Nutzen Sie Ihren **Einfluss auf die Politikgestaltung** in Europa

Die Initiative „Interactive Policy Making" (IPM) ist aus der im Jahr 2000 durch die Kommission ins Leben gerufenen Aktion „Feedback Mechanism" entwickelt worden und bietet Unternehmen sowie Bürgern die Möglichkeit direkt auf die Politikgestaltung in Europa Einfluss zu nehmen. Von Anfang an war das Euro Info Center der Handelskammer Luxemburg in diese Initiative eingebunden und fungierte als Mittler zwischen Unternehmen und der Kommission. Bis zum heutigen Zeitpunkt hat das EIC 561 Fälle, die ihm von Unternehmen geschildert wurden, an die Kommission weiter vermittelt.

Firmen, die die Gelegenheit nutzen möchten, sich an dieser Initiative zu beteiligen, haben auch weiterhin die Möglichkeit aktuelle und konkrete Probleme zu beschreiben, mit denen Sie während Ihrer Geschäftsaktivitäten auf dem Binnenmarkt konfrontiert wurden. Dabei werden innerhalb dieser Initiative lediglich Probleme berücksichtigt, die nicht ausschließlich den nationalen Markt betreffen, sondern darüber hinaus mindestens mit einem oder mehreren anderen Ländern der EU in Verbindung stehen (dabei können ab sofort auch die EU Beitrittskandidaten berücksichtigt werden). Themenfelder könnten beispielsweise sein:

- Arbeitsrecht, Entsendung von Arbeitnehmern,
- Öffentliches Auftragswesen,
- E-Commerce,
- Datenschutz,
- Technische Harmonisierung,
- Freier Warenverkehr,
- Freier Dienstleistungsverkehr,
- Transport,
- Umweltschutz,
- EU-Erweiterung,
- Steuern,
- Europäische Zollunion,
- Geistiges Eigentum,
- Verbraucherschutz,
- Wettbewerbsrecht,
- Finanzierungsmöglichkeiten,
- Rückzahlungen für pharmazeutische Produkte u. medizin. Ausrüstungen,
- Importe von pharmazeutischen Produkten u. medizin. Ausrüstungen.

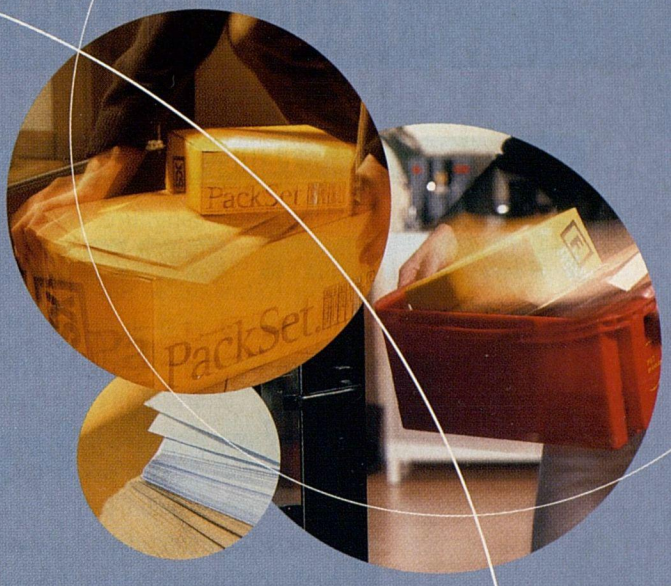
Unternehmen, die an der IPM Initiative teilnehmen möchten, um auf bestehende Probleme im Binnenmarkt hinzuweisen, können sich mit dem Euro Info Center der Handelskammer Luxemburg in Verbindung setzen. Das EIC wird einerseits versuchen, Sie bei Ihren momentanen Problemen auf dem europäischen Markt zu unterstützen und Lösungen zu finden, zum anderen hat es die Möglichkeit, Ihre Problematik über eine Internet-Datenbank an die Kommission weiter zu leiten. Bei der Kontaktaufnahme mit der Kommission wird in jedem Fall gewährleistet, dass keine persönlichen Daten der Unternehmen (Name, Wohnort usw.) übertragen werden. Das Euro Info Center und die Handelskammer Luxemburg garantieren, dass alle Angaben, die Sie in diesem Rahmen an uns weiter geben, vertraulich behandelt werden.

Die IPM Initiative hat sich zum Ziel gesetzt pro Jahr ca. 20.000 Anfragen zu überprüfen. Die Kommission will sich dadurch einen Gesamteindruck von den Problemen der Wirtschaft verschaffen und bestehende Probleme durch den sinnvollen Einsatz neuer Rechtsvorschriften, Änderungen vorhandener Regelungen oder nichtlegislativer Maßnahmen beheben.

Die Darstellung Ihrer individuellen Problematik auf dem Binnenmarkt oder mit Beitrittskandidaten der EU können Sie uns auf verschiedenen Wegen zusenden: per E-Mail an: eic@cc.lu, per Fax an die Nummer: 43 83 26 oder per Internet www.eicluxembourg.lu (Rubrik: Plaintes / formulaire). Bei Rückfragen erreichen Sie uns unter der Tel. Nr. 42 39 39-808.

Business Post

Du temps gagné!



- **Distri+, service de livraison matinale avancée**

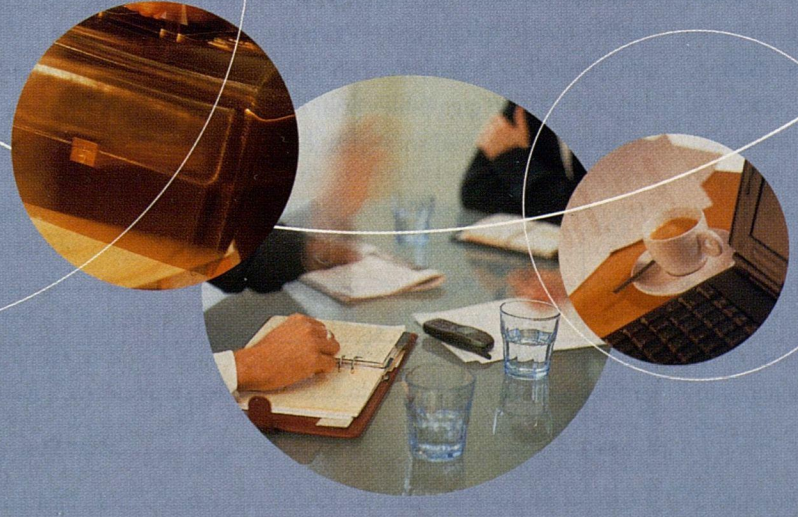
  Un coursier vous apporte votre courrier chaque matin à l'heure que vous aurez choisie.
  Vous recevrez directement dans vos bureaux non seulement vos lettres, mais aussi vos colis et lettres recommandées.

- **Prise à domicile, service de collecte en fin de journée**

  Plus besoin de vous déplacer ou d'envoyer un employé déposer votre courrier au guichet postal.
  Un coursier passera en fin d'après-midi pour prendre votre correspondance, vos envois express, vos recommandés et vos colis.

- **Formule confort, service de pré-tri et affranchissement**

  Gagnez un temps précieux et profitez des solutions sur mesure pour l'affranchissement de votre courrier professionnel.



BUSINESS POST **VOTRE COURRIER QUAND ET COMME VOUS VOULEZ**

P&T LUXEMBOURG

P&T Division des Postes Unité Commerciale L-2998 Luxembourg • Tél.: 800 23 210 • Fax: 48 83 94 • E-mail: Service_Commercial_DP@ept.lu • www.postes.lu

FEDIL, Ministère de l'Economie, Ministère de l'Environnement

Rapport annuel sur les résultats de l'accord volontaire «Energie»

Le 29 avril 2002, les ministres de l'Economie et de l'Environnement ainsi que le président de la FEDIL ont signé une convention d'accord relative à l'amélioration de l'efficacité énergétique dans l'industrie luxembourgeoise, portant sur la période de 2000 à 2006.

Il s'agit du deuxième accord volontaire, un premier accord, signé en 1996, étant venu à terme avec succès le 31 décembre 2000, vu le constat d'une augmentation de l'efficacité énergétique de 15 % réalisée pour la période 1990-2000 par une trentaine d'entreprises représentatives, réparties sur six secteurs industriels différents.

La FEDIL a pu sensibiliser 54 entreprises, représentant environ 90 % de la consommation énergétique totale de l'industrie manufacturière luxembourgeoise, à participer à ce nouvel accord et à se soumettre à un système de monitoring de l'efficacité énergétique permettant d'évaluer les efforts consentis. Ces entreprises sont issues des secteurs industriels suivants:

- sidérurgie
- transformation des métaux
- chimie et parachimie
- minéraux non métalliques
- agro-alimentaire, boissons, tabac
- imprimerie
- industrie du bois
- industrie électrique
- énergie.

Le nouvel accord volontaire a pour objectif d'inciter les entreprises membres de la FEDIL à intensifier leurs efforts visant à réaliser le potentiel d'amélioration de l'efficacité énergétique économiquement disponible. Outre l'impact économique et stratégique, l'amélioration de l'efficacité énergétique apporte une contribution significative à la réduction des émissions du gaz à effet de serre CO_2, et par ce biais, soutient les efforts dans le domaine de la protection de l'environnement et de la lutte contre le changement climatique.

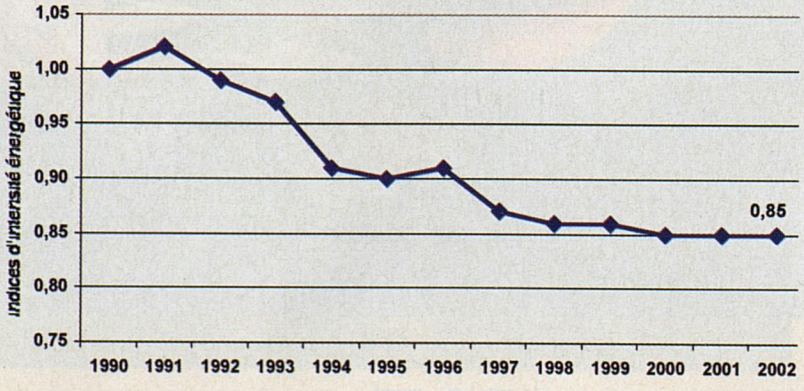
Ainsi les parties signataires ont estimé que, dans l'hypothèse d'une bonne utilisation des capacités de production dans les années à venir, l'efficacité pourra être améliorée en moyenne de 20 % sur la période 1990-2010.

D'autre part, les entreprises ayant adhéré à cet accord et dont la consommation annuelle d'énergie dépasse 500.000 giga-joules pour un site de production, se sont engagées à réaliser au début et au terme de l'accord un audit énergétique par un expert qualifié et approuvé par la direction de l'Energie du ministère de l'Economie sur base de ses qualifications. L'audit énergétique constitue un examen critique de la consommation énergétique dans une entreprise dans le but de parvenir à une utilisation plus rationnelle de l'énergie.

Dix audits énergétiques ont déjà été réalisés ou sont en cours de réalisation. Dans ce contexte il est rappelé que le ministère de l'Economie soutient la réalisation d'un tel audit énergétique par une aide financière portant sur 40 % des coûts effectifs de l'audit et pouvant atteindre jusqu'à 30.000 EUR par audit.

En dépit d'un environnement économique peu encourageant, le niveau de l'efficacité énergétique de 0,85 enregistré en 2001 a pu être maintenu en 2002.

Le graphique ci-dessous illustre l'amélioration de l'efficacité énergétique sur la période de 1990 à 2002.



Parmi les facteurs essentiels ayant influencé positivement le résultat de 2002 on peut citer:

- un taux d'utilisation élevé des capacités de production dans certains secteurs industriels;
- la modernisation des installations techniques;
- la mise en vigueur de procédures et d'actions visant l'élimination du gaspillage d'énergie;
- l'optimisation des procédés de production.

Par contre, certains facteurs ont eu des effets négatifs sur l'évolution de l'indice énergétique, à savoir:

- l'évolution plutôt défavorable de la conjoncture ayant affecté plusieurs entreprises;
- le développement de nouveaux produits à plus haute valeur ajoutée, mais plus intensifs en énergie;
- l'amélioration de la qualité des produits;
- les efforts dans le domaine de l'élaboration de nouveaux produits qui impliquent des périodes d'essai.

Au sens de l'accord volontaire, l'indice général d'efficacité de 0,85 correspond à la moyenne arithmétique des indices déterminés individuellement au niveau des entreprises ou unités de production examinées, permettant ainsi de neutraliser le poids que représentent les entreprises à haut niveau de consommation d'énergie. A titre d'information, nous voulons souligner que l'application de la méthodologie par pondération donne un indice général d'efficacité de 0,44, ce qui met en exergue les efforts réellement réalisés par l'industrie.

La FEDIL, soutenue par le gouvernement, continuera à inciter les acteurs de l'industrie à persister dans leurs efforts tout en intégrant l'objectif d'une amélioration continue de l'efficacité énergétique dans leur politique d'entreprise. (Communiqué par la FEDIL, Ministère de l'Economie, Ministère de l'Environnement)

La nouvelle redevance autoroutière en Allemagne

Le Groupement Transports reçoit le support du Ministre des Transports

Le Groupement Transports avait demandé au Ministère des Transports d'intervenir auprès du Gouvernement allemand, afin de faire retarder l'introduction de la redevance routière sur le réseau autoroutier allemand.

Lors d'une récente réunion, les représentants des ministères des Transports et des Travaux Publics, de l'Administration des Ponts & Chaussées, ainsi que le président et le secrétaire général de l'organisation professionnelle des transporteurs routiers ont dressé l'inventaire des différents problèmes liés à l'introduction de la «Maut» en Allemagne.

En raison des problèmes d'approvisionnement et de la période des congés, la profession est persuadée qu'une minorité seulement des véhicules circulant régulièrement en Allemagne pourra être équipée de l'appareil qui permet le décompte électronique des taxes de péage avant le 31 août 2003. Le transporteur doit dès lors s'acquitter de la taxe par le terminal de péage, ce qui provoquera des files d'attente considérables et risque d'affecter la sécurité routière.

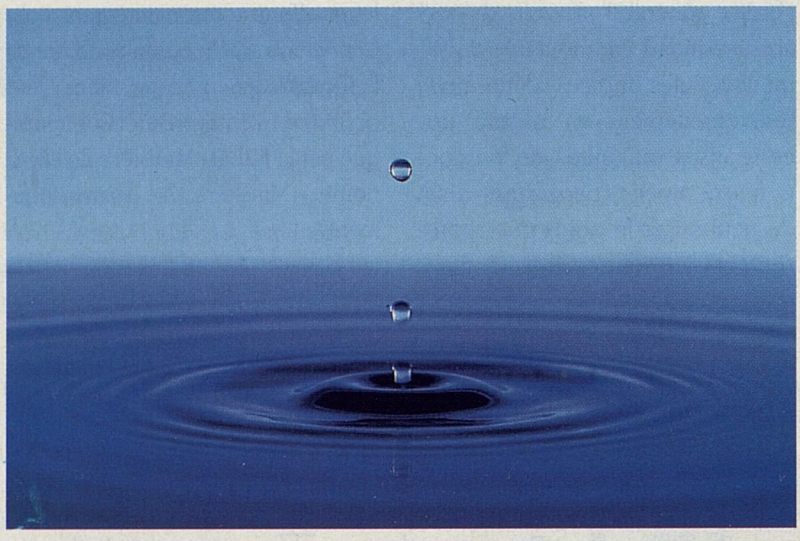
Dans ces conditions, le Groupement Transports se félicite de l'initiative du Ministre Henri Grethen qui demandera à son collègue allemand de postposer l'introduction de la Maut jusqu'à ce que tous les véhicules aient pu être équipés du dispositif, et de revoir tant le nombre de terminaux à installer sur le territoire du Grand-Duché que les lieux prévus pour leur installation.

Pour maintenir une circulation normale sur le réseau autoroutier grand-ducal, le Ministère des Transports estime en effet que le paiement manuel de la taxe doit pouvoir s'opérer sans délais d'attente, à des endroits faciles d'accès, n'entravant pas la sécurité routière et indiqués par une signalisation adéquate.

Enfin, il a été profité d'analyser les répercussions éventuelles des importants chantiers autoroutiers en Belgique sur le trafic au Luxembourg. Malgré la décision récente du gouvernement wallon de renoncer à une fermeture quasi complète des autoroutes E411 et E25, l'on doit s'attendre à des répercussions sur la circulation routière au Luxembourg pendant les mois de mars à septembre des années 2004-2006. (Communiqué par le Groupement Transports)

L'Institut des réviseurs d'entreprises

Prix belgo-luxembourgeois pour le **meilleur rapport environnemental et de développement durable** de l'année 2002



L'Institut des réviseurs d'entreprises organise pour la deuxième fois un prix récompensant le meilleur rapport environnemental et de développement durable luxembourgeois.

Les Instituts des réviseurs d'entreprises du Luxembourg et de Belgique collaborent à l'organisation de cette initiative. Le prix concerne tant les entreprises luxembourgeoises que belges.

Par cette compétition, l'Institut des réviseurs d'entreprises souhaite susciter une plus grande prise de conscience des entreprises pour l'élaboration ou l'amélioration de leur rapport environnemental et également dans le cadre du développement durable. Non seulement l'information financière concernant l'entreprise est importante, mais également la publication d'informations relatives à la prise en compte par les entreprises de l'environnement.

Les Instituts luxembourgeois et belge décerneront un prix pour chacune des quatre catégories suivantes:

- Le meilleur rapport environnemental;
- Le meilleur rapport de développement durable;
- Le meilleur premier rapport (environnemental ou de développement durable);
- Le meilleur rapport des petites et moyennes entreprises (environnemental ou de développement durable).

Les critères d'appréciation peuvent être téléchargés à partir du site Internet de l'IRE Luxembourg (www.ire.lu).

Chaque entreprise qui a un siège d'exploitation au Luxembourg ou en Belgique et qui a rédigé un rapport environnemental ou de développement durable externe, au courant de l'an 2002, sur ses activités au Luxembourg ou en Belgique peut participer à cette compétition.

Le rapport environnemental ou le rapport de développement durable peut être une publication distincte ou partie intégrante du rapport annuel de l'entreprise. L'accent doit être mis sur le contexte national.

Le jury de cette compétition est composé aussi bien de réviseurs d'entreprises luxembourgeois et belges que d'éminents spécialistes externes en la matière.

Le lauréat belgo-luxembourgeois de cette compétition sera proposé pour participer au niveau européen à «The European Sustainability Reporting Award». Cette compétition est organisée en collaboration avec les organisations professionnelles de seize pays européens. La brochure relative à la dernière campagne est aussi disponible sur le site www.ire.lu.

Le rapport environnemental ou de développement durable doit être adressé soit en dix exemplaires ou sous format électronique pour le 22 septembre prochain au plus tard à l'Institut des Réviseurs d'Entreprises, à l'attention du Secrétaire Technique (B.P. 2056 / L-1020 Luxembourg).

Le prix sera décerné lors d'une cérémonie qui aura lieu dans le courant du mois de novembre 2003. (Communiqué par l'IRE)

Après l'introduction de la tarification virements, **l'augmentation des tarifs postaux!**

Imposée par une réglementation communautaire pour éviter toute discrimination entre virements nationaux et opérations transfrontalières, la nouvelle tarification sur les virements n'a certainement pas été applaudie dans le secteur professionnel. Nombreuses étaient et restent en effet les réactions des membres de la clc (Confédération luxembourgeoise du commerce) qui s'insurgent contre l'introduction de ces nouvelles charges.

Il y a plusieurs semaines déjà, la clc avait fait appel à la vigilance de ses membres, les invitant à comparer les tarifs et packages proposés par les différents instituts bancaires tout en leur proposant un premier tableau comparatif des taux de commissions. Un mois après l'introduction de cette tarification, la clc déplore toujours un certain manque de transparence en matière de tarifs et de conditions. Elle va même à soupçonner certains acteurs de pratiquer un certain «occultisme» volontaire.

La clc espère que la majorité de ses membres verra clair dans le jeu de ces établissements. Peut-être la «publicité comparative» serait-elle un instrument utile pour y apporter un peu plus de transparence.

Après les frais bancaires, les tarifs postaux

Pour beaucoup d'entreprises des secteurs du commerce, des transports et des services cette augmentation des tarifs allant au-delà de la barre «psychologique» des 10 % (le tarif des envois recommandés est augmenté de 22,5 %!) pèsera lourd dans leurs charges.

Toute entreprise est en droit de demander un juste prix pour les produits qu'elle distribue ou les services qu'elle preste. Le commerce est le premier à défendre résolument le principe de la libre fixation des prix. Dans un domaine tel que les services postaux cependant, où l'Entreprise des P&T profite d'un monopole et où donc l'élément régulateur de la concurrence ne peut pas jouer, la clc exige une transparence totale en matière de coûts et de recettes et demande la publication de l'avis de l'Institut Luxembourgeois de Régulation (ILR). Seule cette transparence permettrait d'apaiser, le cas échéant, tous les esprits dubitatifs qui soupçonnent l'Entreprise des P&T de décider des tarifs surfaits.

Avec cette augmentation qui intervient à un moment où, en raison du fléchissement de la conjoncture, la pression sur les prix augmente dans tous les secteurs, l'entreprise des P&T ne montre certainement pas l'exemple.

Enfin, la période pour appliquer cette augmentation des tarifs, d'ailleurs annoncée avec un préavis des plus courts possibles, a été bien choisie! Peut-être que l'Entreprise des P&T a espéré qu'en profitant des vacances estivales, l'introduction des nouveaux tarifs passera «comme une lettre à la poste». (Communiqué par la clc) ■

MATERIEL ELECTRIQUE ■ APPAREILS ELECTRIQUES ■ APPAREILS DE MESURE
ECLAIRAGE ■ SECURITE ■ AUDIO-VIDEO-SAT
A.R.TECH. SOCIETE ANONYME
L'ART DE LA TECHNOLOGIE
70, MILLEWEE • GASPERICH • BP 1044 • L-1010 LUXEMBOURG
TEL. 49 33 33 • FAX 40 26 34 • E-mail com@artech.lu

Großregion

Gründung des Arbeitskreises Wirtschaft Luxemburg

Die luxemburgische Wirtschaft steht, genau wie jede der anderen EU-Staaten, vor großen Herausforderungen und der Integration in die europäische Großregion. Der Mittelstand muss seine Beziehungen zu Märkten und Wirtschaftspartnern in aller Welt ausbauen. Ein Netzwerk von Beziehungen im In- und Ausland soll den Unternehmen hierbei persönliche Bereicherung und unternehmerische Hilfestellung leisten. Aus diesem Grund haben etwa 43 luxemburgische Betriebe kürzlich entschieden, den Arbeitskreis Wirtschaft Luxemburg (AKW) zu gründen.

Der AKW Luxemburg ist neben dem Arbeitskreis Wirtschaft Saar-Lor-Lux in Saarbrücken, der 1983 ins Leben gerufen wurde und heute über 300 Mitglieder zählt, der zweite Wirtschaftsverband dieser Art in der Großregion. Er hat sich zum Ziel gesetzt, die Interessen der Klein- und Mittelbetriebe sowie der größeren Unternehmen mit dem AKW-System zu vertreten.

Der luxemburgische Wirtschaftsminister, Henri Grethen, hat die Schirmherrschaft der Gründung des AKW Luxemburg übernommen.

AKW-Präsident René M. Rausch ging auf die Aufgaben und Ziele des Arbeitskreises ein. Er wies darauf hin, dass sich der Verband nicht allein an Unternehmen wendet, die in der Großregion tätig werden möchten, sondern an alle Unternehmen in Luxemburg.

Die Förderung der Beziehungen zwischen den Mitglieder in allen Wirtschaftsbereichen, die Kooperation sowie der Informations- und Erfahrungsaustausch der Mitglieder untereinander gehören zu diesen Aufgaben. Die Organisation gemeinsamer Aktivitäten bei überregionalen Aufgaben und Veranstaltungen, die Vertretung gemeinsamer Anliegen bei den Verbänden sowie Institutionen im In- und Ausland, die Heranführung an die europäischen Institutionen sowie die Weiterentwicklung des Verständnisses des europäischen Gedankens sind einige Aufgaben, die sich der AKW Luxemburg gestellt hat.

Der Nutzen und Mehrwert einer Mitgliedschaft besteht darin, dass durch die Qualifikation des einzelnen Mitglieds und die Kommunikation untereinander Erfahrungen schnell und problemlos ausgetauscht werden können. Es entstehen für den einzelnen ein Gewinn und ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.

Das AKW-System soll allen Mitgliedern neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen. Es transportiert Erfahrungen, die zur Verbesserung des Betriebsergebnisses beitragen können. Insbesondere für junge und kleine Unternehmen stellt der AKW eine große Chance dar.

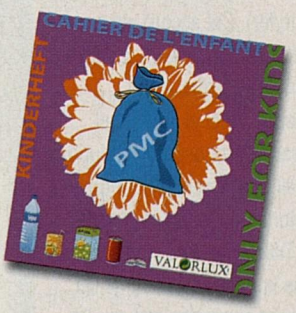
Für die Zukunft ist die Gründung eines Dachverbandes der Arbeitskreise in Europa geplant. Des weiteren wurde gestern ein Kooperationsabkommen zwischen dem AKW Luxemburg und dem AKW Saarbrücken unterzeichnet. Weitere Auskünfte bei Generalsekretär Daniel Schweitzer; Telefon (352) 23 69 61-1 ■

LE TRI, ÇA FAIT PARTIE DE NOTRE VIE !

À la maison, nos parents trient leurs déchets d'emballages. Et nous, on continue à leur laisser croire que ce sont eux qui nous ont appris, comme ils disent : « ces gestes simples et importants de la vie quotidienne » !

Le tri sélectif et la collecte des emballages sont entrés dans notre vie. Ce qui devient jour après jour une habitude est une contribution précieuse à la préservation de la qualité de notre environnement.

Ensemble, nous faisons de mieux en mieux au quotidien.



VALORLUX ASBL

Le recyclage nous concerne tous.

Ligne spéciale communes: 37 00 06-20 Fax: 37 11 37 e-mail: message@valorlux.lu http://www.valorlux.lu

EN BREF

Brasserie Bofferding

Les plus beaux parcs sur les sous-bocks

La brasserie Bofferding vient d'éditer une série spéciale de sous-bocks illustrant 6 parcs luxembourgeois. On y découvre les parcs de Mondorf, de Differdange, de Colmar-Berg, de l'Orangerie à Echternach et de la Villa Vauban. Pour la cinquième fois, Bofferding entreprend ainsi une initiative de promotion du tourisme au Grand-Duché. Les sous-bocks ont été lancés pour la saison estivale.

Concours

Prix Santé et Entreprise

Le Club Européen de la Santé (Paris) organise à l'intention des entreprises un concours portant sur la sécurité et la santé au travail. Les entreprises intéressées sont priées d'envoyer un dossier de candidature en cinq exemplaires avant le 1er novembre.
Pour plus d'informations:
Chambre de Commerce,
Mme Michèle Friederich,
tél.: 42 39 39-337,
fax: 43 83 26, e-mail:
michele.friederich@cc.lu.

Medien & Kommunikation

Aus „media brain" wird „Brain&More"

Die Anfang des vergangenen Jahres von Frank Zeimet und Ghislain Ludwig gegründete Kommunikationsagentur „media brain" präsentiert sich seit Mitte August in veränderter Form. Im Zuge der rasanten Entwicklung im Mediensektor weitet die Agentur ihre Produktpalette aus und wird zusammen mit neuen Partnern u.a. in den audiovisuellen Medien aktiv. Die bisherigen Geschäftsfelder der Agenturtätigkeit bleiben erhalten. Den Aufbruch zu neuen Ufern verbinden die Geschäftsführer mit einer Neugliederung ihrer Agentur, die fortan unter dem Namen „Brain&More SA" geführt wird, und sich sowohl als Entwickler von Medienkonzepten als auch als vielfältiger Dienstleister im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit von Institutionen und Firmen positioniert.

Sidérurgie

Arcelor et Tata Steel signent un accord de licence technologique

Arcelor vient d'accorder une licence technologique à Tata Steel pour la production de tôles galvanisées pour l'automobile dans l'usine Tata Steel de Jamshedpur (Inde). L'accord couvre aussi bien les technologies de galvanisation au zinc pur que galvannealed (revêtement allié zinc/fer). Cet accord vient renforcer la coopération initiée en avril 2002 entre Arcelor, Nippon Steel et Tata Steel visant à proposer des solutions acier performantes à l'industrie automobile indienne. Arcelor et Tata Steel sont confiants que la mise en œuvre de cet accord technologique sur les aciers galvanisés offrira des avantages significatifs aux constructeurs automobiles actifs en Inde et les aidera dans le développement de leurs activités au niveau mondial.

Business package

Projet commun entre le **ateac et Sheraton Aérogolf** Luxembourg

Désormais le monde des affaires étrangères peut profiter d'un nouveau service offert par le centre d'affaires ateac en partenariat avec le Sheraton Aérogolf Luxembourg. Un nouveau «business package» est proposé, qui inclut le séjour au Sheraton Aérogolf au Findel, le petit déjeuner, le transport de l'hôtel jusqu'aux bureaux du centre d'affaires ateac au Kirchberg ainsi que l'utilisation d'un ou de plusieurs bureaux. Ce nouveau service découle de l'idée de rentabiliser les voyages d'affaires au maximum. Ce concept de flexibilité et de mobilité s'adapte ainsi aux besoins de sociétés étrangères qui s'établissent au Luxembourg pour une période déterminée en raison d'activités bien spécifiques.

Pendant leur séjour au Luxembourg, les clients peuvent continuer à travailler dans des conditions idéales. Ils bénéficient de bureaux entièrement aménagés et équipés de connexions réseau et Internet à haut débit ainsi que de postes téléphoniques numériques. En outre, ateac met à disposition des salles de réunion, de l'équipement technique ainsi qu'un service de secrétariat, de réception et d'accueil des visiteurs et propose également un système de vidéoconférence.

De retour à l'hôtel Sheraton, les clients peuvent bénéficier du confort d'une chambre totalement rénovée, équipée d'un bureau, de prises électriques UK et EU et d'un accès Internet. Moyennant un supplément, les clients pourront bénéficier de chambres avec imprimante, fax et photocopieuse ainsi qu'une triple ligne téléphonique permettant d'utiliser fax, modem et téléphone en même temps. Les intéressés peuvent réserver ce «business package» pour la période de leur choix via les agences de voyages ou en contactant directement l'hôtel.

Hochzeitslisten
auf sales-lentz.lu

Wohl wissend, dass dem Trend der Zeit nach sehr viele Brautpaare bereits längere Zeit vor der eigentlichen Trauung zusammen wohnen und eigentlich den gesamten notwendigen Hausrat, der gerne zur Hochzeit geschenkt wird, bereits besitzen, bietet das Internetportal sales-lentz.lu Hochzeitslisten mit feudalen Hochzeitsreisen.

Freunde, Verwandte und Bekannte können problemlos und bequem vom heimischen Computer aus eine Summe ihrer Wahl einzahlen. Über eine sichere Verbindung erfolgt die Buchung entweder per Kreditkarte (Cetrel) oder S-Net der BCEE und wird der Hochzeitsliste des beschenkten Brautpaares umgehend gutgeschrieben. Auf diese Weise haben auch Familie und Freunde aus dem Ausland die Möglichkeit, ihr Geschenk bequem und zeitsparend auszusuchen. Abgerundet wird das elektronische Buchungsformular mit der Möglichkeit, dem Paar eine kurze Nachricht zukommen zu lassen.

Mittels einer speziellen Login-Seite für die Brautpaare können diese jederzeit von einem beliebigen Rechner aus den genauen Stand ihrer Hochzeitsliste online verfolgen und Informationen über alle Einzahlungen einsehen. Für weitere Verarbeitungen, u.a. für Dankesschreiben, kann die Liste in Excel exportiert werden. Das „Hochzeitsportal" von Sales-Lentz funktioniert im Moment in deutscher und englischer Sprache. ■

Weitere Informationen erhalten Brautpaare und solche die es demnächst werden wollen über www.sales-lentz.lu, die Hotline des Callcenters (00352) 50 10 50 und natürlich auch in allen 16 Reisebüros des Unternehmens.

REGLER
DIE GANZE BÜROWELT
Bürobedarf + EDV-Zubehör
Büro-Centrum
66663 Merzig, Hausbacher Strasse
Fon (003526861) 920-0
Fax (003526861) 920-920
http://www.regler.de • post@regler.de

REGLER
DIE GANZE BÜROWELT
Büro-Planung + Einrichtung
Büro-Centrum
66663 Merzig, Hausbacher Strasse
Fon (003526861) 920-0
Fax (003526861) 920-920
http://www.regler.de • post@regler.de

REGLER
DIE GANZE BÜROWELT
Drucken + Kopieren + Faxen
Büro-Centrum
66663 Merzig, Hausbacher Strasse
Fon (003526861) 920-0
Fax (003526861) 920-920
http://www.regler.de • post@regler.de

EN BREF

Luxair

Vols supplémentaires à la Toussaint

Afin de satisfaire la grande demande, Luxair Tours propose des vols supplémentaires au départ de Luxembourg pour les vacances de la Toussaint. Luxair augmentera la fréquence de ses vols à destination des Iles Canaries: Ténériffe, Lanzarote et la Grande Canarie. De plus, un vol supplémentaire est prévu à destination de Djerba. Les départs auront lieu le week-end du 25 et 26 octobre, vols retour le 1er et le 2 novembre. Pour plus d'informations: Luxair Tours Reservations, tél.: +352 47 98-4711 ou sur www.luxair.lu.

Sidérurgie

Arcelor et Bao Steel créent une joint-venture chinoise

Arcelor et Bao Steel ont signé un accord pour la création en joint-venture d'une unité de fabrication de flans soudés à construire dans la région de Shanghai. Cette joint-venture bénéficiera à la fois de l'approvisionnement en matières premières de Bao Steel et de la technologie de pointe d'Arcelor dans le domaine de la production de flans soudés, permettant de proposer les avantages technologiques des flans soudés aux constructeurs automobiles actifs en Chine. L'utilisation de flans soudés dans les applications automobiles peut contribuer à une diminution du poids du véhicule, réduisant ainsi la consommation de carburant tout en renforçant la sécurité passive et en améliorant les caractéristiques routières. Les travaux de construction pour la nouvelle usine commenceront dès 2003 et les livraisons aux clients débuteront au deuxième semestre 2004.

Luxair

Pünktlichkeit garantiert

Laut dem Monatsbericht der Vereinigung Europäischer Fluggesellschaften (AEA) hat Luxair in Punkto Pünktlichkeit im Monat Juni 2003 hervorragende Ergebnisse erzielt. Insgesamt wurden 27 Fluggesellschaften für die Statistik erfasst, wobei Luxair den zweiten Platz belegte.

Kehlen

Kunden-Tag bei Foralux

Kürzlich hatte die Firma FORALUX aus Kehlen ihre Kunden zu einem Vorführungstag eingeladen, um diese in die neuesten Techniken des kontrollierten Betonabbruchs einzuführen. Betonbeissen mittels ferngesteuertem Roboter, hydraulisches Pressen mit einem Druck von 3.000 bar und 1.200 Tonnen Presskraft sowie Betonsägen mittels speziellen Diamantwerkzeugen, alles staubfrei ohne Lärm und Vibrationen, standen auf der Tagesordnung. Auch an technischen Erklärungen und Problemlösungen wurde nicht gespart. Sämtliche Informationen und kostenlose Angebote können unter der Telefonnummer 30 71 52 angefordert werden.

Getränkemarkt

Sources **Rosport** S.A.: Die **Produktion läuft wieder**

Nach dem Brand vom 22. Juni, der folgenschwere Schäden an den Elektroanlagen verursachte, sah sich Sources Rosport gezwungen, die Produktion vorläufig einzustellen. Die Direktion teilte ihren Verbrauchern Anfang August mit, dass die Abfüllanlage sich wieder in einem tadellosen Zustand befindet: Am Freittag, den 8. August wurden die ersten Flaschen abgefüllt.

Sources Rosport versichert ihren Verbrauchern, dass alle notwendigen Maßnahmen – in den Bereichen der Hygiene als auch der Sicherheit – getroffen wurden, damit das gesamte Sortiment von Rosport und Rosport Blue sowie von VivA wieder in der besten Qualität angeboten werden kann.

Obwohl die Produktion jetzt wieder läuft, ist nicht auszuschließen, dass die Verbraucher sich noch eine Zeitlang gedulden müssen, bevor die Produkte in sämtlichen Verpackungsvarianten wieder in ihren gewohnten Verkaufsstellen verfügbar sind. Sources Rosport möchte sich bei ihren Verbrauchern für die zahlreichen Sympathie- und Treuebekundungen sowie für deren Geduld herzlich bedanken. ■

Seit geraumer Zeit überall im Land wieder zu haben: das Luxemburger Rosport-Wasser

Boissons Heintz

Einweihung des **neuen Standortes** in Hosingen

Um den wachsenden Ansprüchen der Kundschaft gerecht zu werden und weil der Standort Troisvierges keine Erweiterungsmöglichkeiten aufwies, beschloss „Boissons Heintz" den alten Standort aufzugeben und einen neuen, größeren und flexibleren im Gewerbegebiet „Op der Hei" in Hosingen zu errichten.

Dieser neue Standort vereint alle Aktivitäten der Firma: Verwaltungs- und Handelsbüros, Lagerhallen für Getränke, Werbematerial und Accessoires für Veranstaltungen sowie der Logistikservice.

Der neue Standort in Hosingen verfügt über 20.000 qm Gewerbefläche – doppelt so viel wie in Troisvierges. In einer ersten Phase erstreckt sich die bebaute Fläche über 7.500 qm, in einer zweiten Phase wird sie auf 10.000 qm erweitert. Derzeitig besteht sie aus 6.100 qm Lagerhallen, 800 qm Plattformen und 600 qm Büros. Der Standort begreift auch 20 Laderampen. 2.800.000 € wurden in den Neubau des Standorts investiert, der sich von August 2002 bis Mai 2003 hinzog. ■

Solutions Internet et Téléphonie sur mesure

La solution accès Internet de CEGECOM couplée aux nouveaux services Voix – raccordement téléphonique à accès direct au réseau CEGECOM - couvre l'intégralité de vos besoins en télécommunications.

L'avantage des services offerts par CEGECOM est la qualité, la flexibilité et le suivi personnalisé. CEGECOM vous offre un raccordement téléphonique présentant de nombreuses fonctionnalités: groupes fermés d'abonnés, plan de numérotation personnalisé, communications sécurisées.

Adresse IP Fixe
1024 Kbit/s Downstream • 128 Kbit/s Upstream / Routeur Inclus
Volume Internet illimité

Visitez-nous à la Bureautec du 30.9 au 3.10
STAND 9B28

CEGECOM

...l'opérateur luxembourgeois en télécommunications!

info@cegecom.lu • www.cegecom.lu • Tél.: 26 499 - 1 • Fax: 26 499 - 699

Bourse d'entreprises

Vous désirez publier une annonce? Inscrivez-vous sur le site *www.cc.lu/bourse.htm*, en remplissant le formulaire d'offre de cession ou de demande de reprise. De même, si vous voulez obtenir des informations sur une annonce, inscrivez-vous sur notre site. Confidentialité assurée.

Groupe 1 – A Céder:

Réf: C129
Vends pour cause de retraite magasin d'appareils électro-ménagers et articles apparentés, situé au centre du pays. Prix correspondant à la valeur de l'inventaire. Prise de participation partielle possible dans un premier temps.

Réf: C131
Vends fonds de commerce Auberge-Café-Restaurant, 13 chambres, affaire familiale à Luxembourg, quartier Place de Paris.

Réf: C180
Vends fonds de commerce restaurant / brasserie gastronomique, avec terrasse, dans cadre médiéval touristique.

Réf: C221
Vends commerce de meubles; très bonne situation; garantie des exclusivités et accords; retrait progressif si souhaité

Réf: C227
Vends fonds de commerce d'un hôtel, restaurant, taverne dans les ardennes; terrasse.

Réf: C232
Vends fonds de commerce épicerie; faubourgs Luxembourg-Ville; location du local.

Réf: C236
Vends commerce d'un magasin d'articles d'ameublement, de décoration, de rideaux, de literie-tapis. Périphérie Luxembourg.

Réf: C237
Vends bijouterie-horlogerie à Esch/Alzette; magasin de 185 m², avec ou sans stock.

Réf: C239
Vends entreprise de vente, installation et maintenance de machines d'embouteillage et emballage. Accords de distribution exclusifs dans l'industrie.

Réf: C245
Vends fonds de commerce d'un magasin électro, TV, hifi, sat., GSM. Deux magasins.

Réf: C249
Vends fonds de commerce avec stock important d'un commerce de vin situé à la Moselle; entreprise familiale de longue date.

Réf: C250
Vends société d'études et conseils en gestion de l'environnement.

Réf: C252
Vends entreprise d'aliments pour animaux, ainsi que tous les équipements.

Réf: C253
Vends société de matériel pour entreprises de construction et pour l'industrie. Achat, vente, location et réparations.

Réf: C254
Vends boutique de prêt-à-porter féminin. Région Moselle.

Réf: C255
Vends usine de fabrication de liants hydrocarbones pour l'entretien des routes.

Réf: C256
Vends société importatrice de vins et spiritueux. Produits exclusifs.

Réf: C257
Vends local avec fonds de commerce d'un restaurant à Ettelbruck.

Réf: C258
Vends société de logistique de transport international; vente pour une partie de la structure également envisageable.

Réf: C259
Vends fonds de commerce d'un restaurant-pizzeria dans le nord du pays; 70 couverts; appartement privé; location de 7 chambres.

Réf: C260
Vends centre polyvalent de wellness & beauty complètement équipé; 20 parkings privés; à 10 minutes de Luxembourg-Ville; vente des murs ou location possibles.

Réf: C261
Vends fonds de commerce d'un café à Bettembourg, +/- 100 m², salle de réunion, cuisine semi-professionnelle, cave de stockage, habitation de fonction de +/- 80 m².

Réf: C262
Vends fonds de commerce prêt-à-porter hommes,170 m².

Réf: C263
Vends société de négoce de pains précuits surgelés + boulangerie-salon de consommation. Luxembourg Gare. Vente avec murs.

Réf: C264
Vends cause retraite: Commerce de luxe literie / linge de maison; proximité Luxembourg-Ville.

Réf: C265
Vends fonds de commerce d'un garage avec salle d'exposition et atelier de réparations.

Réf: C266
Vends hôtel-restaurant +/- 3500 m²; 42 chambres; appartement; garage-parking; vente avec murs; administration avec magasin +/- 500 m².

Réf: C267
Vends institut de beauté sur 260 m²; agencement neuf.

Réf: C268
Vends magasin de vêtements au centre-ville de Luxembourg.

Groupe 2 – Cherche à reprendre:

Réf: R157
Société d'expertise comptable cherche à reprendre fiduciaire

Réf: R165
Cherche à reprendre une entreprise industrielle ou sous-traitante de l'industrie. Participations minoritaire ou majoritaire également possibles.

Réf: R171
Cherche à reprendre fiduciaire, clientèle d'un bureau comptable, partenariat, sous traitance.

Réf: R181
Société de transports luxembourgeoise, filiale d'un groupe français, recherche entreprise de taille moyenne spécialisée dans le transport routier de marchandises et (ou) dans des activités logistiques.

Réf: R182
Cherche à reprendre café-sandwicherie à Luxembourg-Ville ou alentours.

Réf: R183
Cherche à reprendre Fiduciaire ou Société de comptabilité et fiscalité

Réf: R185
Société belge recherche bureau d'étude (architecture, expertise, topographie, coordination sécurité) pour étendre son activité au Luxembourg.

Réf: R188
Cherche à reprendre magasin de vêtements d'enfants.

Réf: R189
Cherche à reprendre bar aux alentours de Luxembourg-Ville.

Réf: R191
Cherche restaurant ou petite brasserie de 35 à 50 couverts, si possible avec logement de fonction.

Réf: R192
Cherche à reprendre bar-brasserie-restaurant à Luxembourg-Ville ou alentours. Repreneur expérimenté.

Réf: R193
Entrepreneur indépendant cherche à reprendre petite entreprise dans le domaine de conseil entreprises, service informatique, traductions.

Réf: R194
Cherche à reprendre objet dans le secteur Horeca. Bistrot => 200 m².

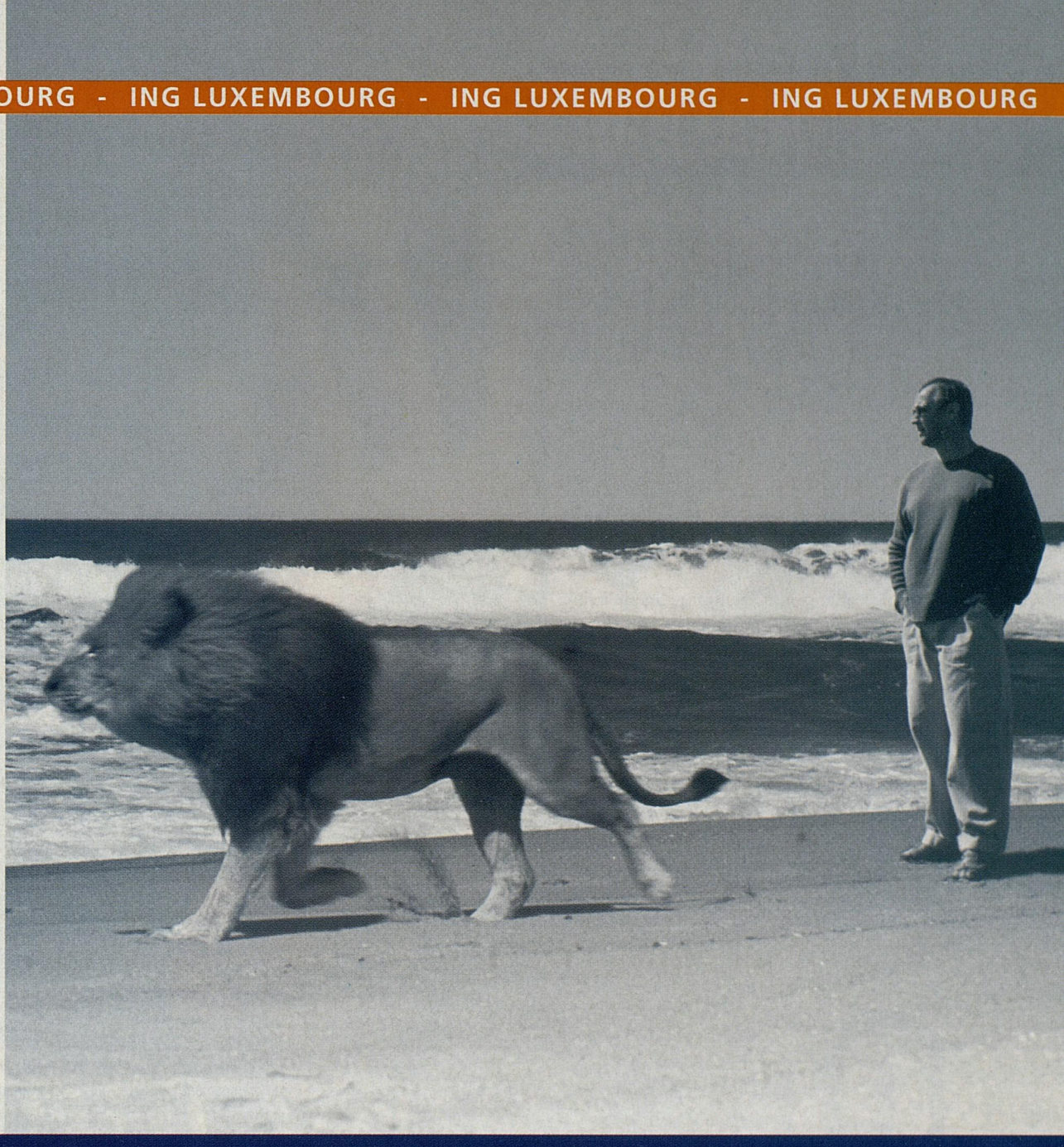
Réf: R195
Cherche à reprendre restaurant de charme avec chambres et dans un bon état général.

Réf: R196
Cherche à reprendre petite société industrielle de fabrication ou de transformation. Participation également possible.

Réf: R197
Cherche industrie de taille moyenne à reprendre dans le sud du pays; ingénieur avec 10 ans d'expérience direction industrielle.

Réf: R198
Cherche à reprendre société de production ou de distribution alimentaire.

ING LUXEMBOURG - ING LUXEMBOURG - ING LUXEMBOURG - ING LUXEMBOURG



Vous êtes entre de bonnes mains ...

Qu'attendez-vous aujourd'hui d'un partenaire financier?

Qu'il innove et surtout vous conseille au mieux. Ces attentes, ING Luxembourg met un point d'honneur à y répondre.
Chez ING Luxembourg, une équipe de spécialistes parmi les plus qualifiés est à votre disposition pour analyser, comparer, étudier tout ce qui pourrait faire évoluer votre entreprise.
A travers le monde, des dizaines de milliers d'entreprises collaborent depuis longtemps avec le groupe ING. Faites comme elles, optez pour la fiabilité.

Département Entreprises: T +352 44 99 1 501

ING

52, route d'Esch
L-2965 Luxembourg
www.ing.lu

Liquidations

VENTES SOUS FORME DE LIQUIDATION

La présente liste contient une énumération des ventes sous forme de liquidation telles qu'elles ont été autorisées par le Ministère des Classes moyennes sur la base de l'article 7 de la loi du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil sur la publicité trompeuse et sur la publicité comparative.

Ces données ne sont communiquées qu'à titre d'information, l'autorisation officielle délivrée par le Ministère des Classes moyennes prévalant en cas de divergence.

Par ailleurs, les dates indiquées renseignent sur la période de liquidation autorisée; les commerçants visés sont toutefois libres de fixer la période de liquidation effective, en débutant par exemple la liquidation à une date postérieure à celle indiquée et en terminant à une date antérieure. Situation au 15/08/2003.

ARENDT Jacqueline
26, rue des Tondeurs
L-9570 WILTZ
c9519/2002
26/09/2002 - 25/09/2003
articles de confection, articles de chemiserie et articles de mercerie-bonneterie

CARPETLAND
345, route d'Arlon
L-8011 STRASSEN
c9581/2003
26/04/2003 - 25/10/2003
tapis-plains et revêtements de sols et de murs en matière synthétique

COCOON DECORATION MAISON ET JARDIN
14-18, avenue de la Gare
L-4131 ESCH-SUR-ALZETTE
c9536/2002
01/10/2002 - 30/09/2003
articles de ménage, articles d'art de la table et de décoration

DIRO S.à r.l.
12, avenue Charlotte
L-4530 DIFFERDANGE
c9585/2003
01/09/2003 - 29/02/2004
articles de confection

DISPORT LUXEMBOURG S.A.
150, route de Diekirch
L-7720 WALFERDANGE
c9584/2003
14/07/2003 - 31/10/2003
articles de sport et de loisirs

HAMID GANJI
16, boulevard J.-F. Kennedy
L-4170 ESCH-SUR-ALZETTE
c9580/2003
02/05/2003 - 01/11/2003
articles de revêtements

JENNY'S BOUTIQUE S.à r.l.
23, avenue des Bains
L-5610 MONDORF-LES-BAINS
c9531/2002
15/09/2002 - 14/09/2003
articles d'habillement, articles de fausse-bijouterie, chaussures et articles de maroquinerie

KLENGE BICHERBUTTEK
101, Grand-Rue
L-9051 ETTELBRUCK
c9574/2003
19/03/2003 - 18/09/2003
articles de librairie

LEVY SŒURS SUCCESSEURS S.à r.l.
17, rue de l'Alzette
L-4010 ESCH-SUR-ALZETTE
c9579/2003
22/04/2003 - 21/10/2003
articles textiles et articles de bonneterie

MAISON DE CYCLES BIM-SPORTS
59, rue des Jardins
L-4742 PETANGE
c9568/2002
02/08/2003 - 01/02/2004
bicyclettes et accessoires, vêtements pour le sport cycliste

MAROQUINERIE SIMONE SAMDAM SARL
73, rue de l'Alzette
L-4011 ESCH-SUR-ALZETTE
c9540/2002
11/09/2002 - 10/09/2003
articles de maroquinerie, articles de ganterie et parapluies

MUSIKER SHOP S.à r.l.
48, rue de Stavelot
L-9280 DIEKIRCH
c9583/2003
31/05/2003 - 30/11/2003
instruments de musique et accessoires

SCHWICKERATH Gilbert
10, rue Dicks-Lentz
L-4540 DIFFERDANGE
c9582/2003
28/05/2003 - 27/11/2003
articles d'horlogerie, de bijouterie, de fausse bijouterie et d'orfèvrerie

TAPIS & ART D'ORIENT S.à r.l.
20, rue G.-Duchesse Charlotte
L-7520 MERSCH
c9562/2003
20/06/2003 - 19/12/2003
tapis

TRISTANELLE S.A.
14A, rue de Luxembourg
L-4760 PETANGE
c9575/2003
15/04/2003 - 14/10/2003
articles textiles et vêtements

11e Salon
Interrégional des
Nouveaux Médias,
de la **Bureautique**
et des **Techniques**
de Communication

11. Interregionale
Fachmesse für
Neue Medien, Büro- und
Kommunikationstechnik

bureautec 03

30.09-3.10.2003

Heures d'ouverture/Öffnungszeiten: 14.00-20.00 h.

FOIRES INTERNATIONALES
LUXEMBOURG-KIRCHBERG

febelux

Plus de service : avec les packages Personal Banking la BGL vous guide dans vos projets financiers.

Aujourd'hui, plus que jamais, gérer son patrimoine, c'est faire les bons choix au bon moment. Se savoir accompagné(e) d'un guide efficace vous prévenant des risques et vous indiquant la voie la plus sûre, vous assure la sérénité du meilleur choix. Lorsque vous optez pour un de nos trois packages Global Invest, vous déterminez vous-même la manière dont vos finances seront gérées. Si, en plus, votre guide vous conseille en assurances, en crédits, en matières fiscales ou successorales, vous profiterez pleinement de votre patrimoine. C'est ce que, à la BGL, nous entendons par Personal Banking.

Plus de service : pour vos projets financiers aussi, choisissez le bon guide.

BGL. PARTENAIRE D'UN MONDE *PLUS* OUVERT.

BANQUE GÉNÉRALE DU LUXEMBOURG | FORTIS