

FESTIVAL VUM HANDWIERK

Eng Geschierkëscht fir d'Zukunft

27.04.2023 - 12h00



Make. Shape. Innovate.

TOM WIRION



DIRECTEUR GÉNÉRAL, CHAMBRE DES MÉTIERS

LEX DELLES



MINISTRE DES CLASSES MOYENNES ET DU TOURISME

Handwerks-Festival in Luxembourg Keynote und Workshop: Resilienz und Handwerk

27.04.2023



- **„Organisationale Resilienz“** ist die Fähigkeit einer Organisation, disruptive Ereignisse zu verkraften und zu überleben, ohne die Unternehmensidentität vollständig zu verändern.
- Resiliente Organisationen können **Risiken und Chancen** – aufgrund von plötzlichen oder allmählichen Veränderungen im internen und externen Kontext – antizipieren und darauf reagieren.“
- Die **unternehmerische Resilienz** beschreibt die Krisenfestigkeit eines Unternehmens.
- In Krisen sind resiliente Betriebe **widerstandsfähiger** und nutzen sogar die Herausforderungen zur Entwicklung/Transformation und zum Wachstum.

Resilienz – Was ist das?

Resilienz (von lateinisch *resilire* ‚zurückspringen‘ ‚abprallen‘), auch Anpassungsfähigkeit, ist der Prozess, in dem Personen auf Probleme und Veränderungen mit Anpassung ihres Verhaltens reagieren. Dieser Prozess umfasst:

- ❖ **Auslöser**, die Resilienz erfordern (z. B. Traumata oder belastender Stress)
- ❖ **Ressourcen**, die Resilienz begünstigen (z. B. Selbstbewusstsein, positive Lebenshaltung, unterstützendes soziales Umfeld) und
- ❖ **Konsequenzen** (z. B. Veränderungen im Verhalten oder in Einstellungen)

Resilienz kann aber auch als Strategie verstanden werden, als Zustand oder auch als Ergebnis oder Fähigkeit.

Individuumszentrierter Resilienzbegriff

- Das Individuum ... / der Mensch im Unternehmen...
- Resilienz kann einen wichtigen Beitrag zur Befähigung eines Einzelnen leisten, sich nach einer Krise zu erholen oder auf Herausforderungen und Veränderung adäquat zu reagieren.

Resilienzbegriff in der **Ökologie**

- Die Eigenschaft eines Ökosystems nach externen Störungen zum Ausgangszustand zurückzukehren

Resilienzbegriff in der **Technik**

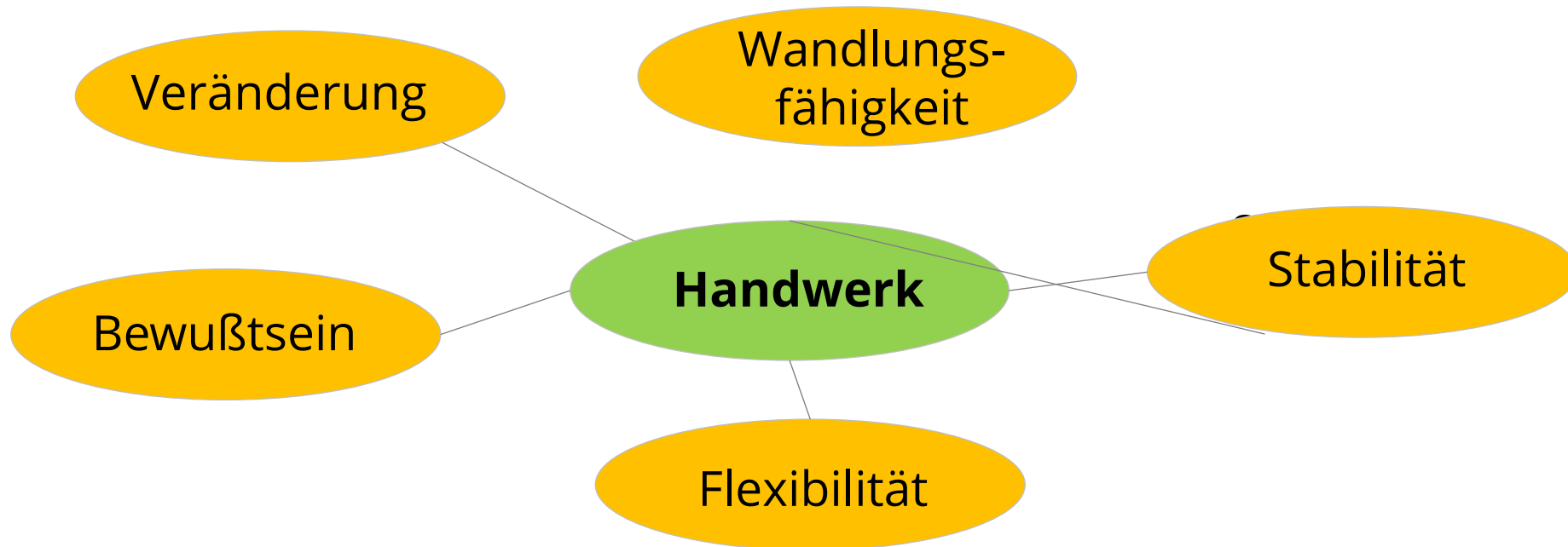
- Die Fähigkeit technischer Systeme, bei einem Teilausfall nicht vollständig zu versagen

Warum sollten sich Betriebe mit dem Thema Resilienz beschäftigen?

- Um **flexibel** auf gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungen reagieren zu können
- Um den Betrieb **krisenfest** und zukunftsfähig nach innen und nach außen aufzustellen
- Um sich Wettbewerbsvorteile am Markt zu sichern und nachhaltig **konkurrenzfähig** zu bleiben
- Um sich als **attraktiver Arbeitgeber** zu positionieren

Resilienzfaktoren im deutschen Handwerk

Was macht es so widerstandsfähig?



Mein Betrieb ist resilient, wenn ...

- ... wenn er auf unerwünschte Ereignisse vorbereitet ist, adäquat auf sie reagieren und sich ggf. **an neue Bedingungen anpassen** kann. Beispiele: Pandemien, Klimawandel (Dürren, Brände, Unwetter), Krieg, Cyberattacken, Netzwerkausfälle, ...
- ... wenn wir herausfinden, wo die Schwachstellen in unserem Unternehmen liegen und konsequent die **notwendige Maßnahmen ergreifen**, um sie zu beheben
- ... wenn wir uns **die Zeit nehmen**, die wesentlichen Fundamente unseres Unternehmens breit abzusichern und zu stärken.

Dann sind wir auf Störungen vorzubereitet und können uns schnell und mit minimalen Auswirkungen - auch auf unsere Kunden - davon erholen.

Lernen aus der Pandemie

Unerwünschte Großereignisse können völlig unerwartet eintreten. Beispiel: Die Corona-Pandemie brachte die Wirtschaft weltweit durcheinander und manche bis dahin gesunden Unternehmen kamen ins Schwanken oder scheiterten daran.

Inmitten dieser Krise gab es jedoch auch Unternehmen, denen es gelang, dem Sturm zu trotzen und ihn unbeschadet zu überstehen. Was zeichnete diese Unternehmen aus? In vielen Fällen liegt die Antwort in der betrieblichen Resilienz.

Krisen sind nicht auszuschließen. Systeme werden ausfallen, Cyberangriffe werden stattfinden, Katastrophen werden passieren. Auch wenn weltweite Pandemien nicht in jeder Generation vorkommen, können und werden andere Arten von Herausforderungen auf uns zukommen.


Sind Luxemburger Handwerksbetriebe resilient aufgestellt?

- Die Folgen der **COVID19-Pandemie** auf die Betriebe des Handwerks in Luxembourg dauern seit 2020 bis heute an.
- Die Corona-Pandemie hat sich auf das luxemburgische Handwerk sehr unterschiedlich ausgewirkt. Sie hat teilweise sehr tiefgreifende und **nachhaltige Spuren** hinterlassen.
- Die Corona-Pandemie wurde zu einem unfreiwilligen **Stresstest** für Unternehmen.
- Auch Luxemburgische Betriebe müssen sich kurz-, mittel- und langfristig vorausschauend und krisenfest (= **resilient**) aufzustellen.

Grundsätzlich zeichnen sich viele Betriebe im Handwerk – meist kleine, familiengeführte Betriebe – durch großen sozialen Zusammenhalt und durch persönliche Arbeitsatmosphäre aus.

Durch überschaubare Strukturen ist eine direkte Mitarbeiterbeteiligung mit vertretbarem Aufwand möglich.

Ganzheitliche Produktion und geringe Arbeitsteilung sowie flexible Arbeitszeitregelungen tragen zur Zufriedenheit und Produktivität der Beschäftigten bei.



1. Mitarbeiterbeteiligung

Wir achten in unserem Unternehmen auf eine gut funktionierende Beteiligung der Beschäftigten.

- Betriebliche Entscheidungen werden für die Beschäftigten transparent gemacht und eine Beteiligung ermöglicht.
- Betriebsversammlungen finden regelmäßig statt.
- Beschäftigte können sich jederzeit im direkten Gespräch oder über den Ideen- bzw. Beschwerde-Briefkasten einbringen.
- Die jährlichen Betriebsergebnisse werden für alle Beschäftigten sichtbar gemacht.

Bewertung Handlungsbedarf

geringer Handlungsbedarf mittlerer Handlungsbedarf großer Handlungsbedarf

Maßnahmen

Resilienz – Relevante Unternehmensbereiche



Der maßvolle Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen stellt heutzutage einen wichtigen Bestandteil des betrieblichen Handelns dar.

Gerade das Handwerk trägt durch nachhaltige Produktgestaltung zum Ressourcenschutz bei.

Nachhaltige handwerkliche Produkte zeichnen sich durch Langlebigkeit und Reparaturfreundlichkeit aus.

1. Umgang mit Ressourcen 1/5

Beim Einkauf von Materialien bzw. Rohstoffen und bei der Herstellung unserer Produkte gehen wir so ressourcenschonend wie möglich vor.

- Verderbliche Rohstoffe werden sicher gelagert und frühzeitig verarbeitet
- Auch Reste, die bei der Herstellung unserer Produkte entstehen, werden verwertet oder an Dritte weitergegeben
- Beschäftigte für ressourcenschonendes Arbeiten sensibilisieren, z. B. Stand By-Modus von Maschinen
- Energiemanagementsystem einführen

Bewertung Handlungsbedarf

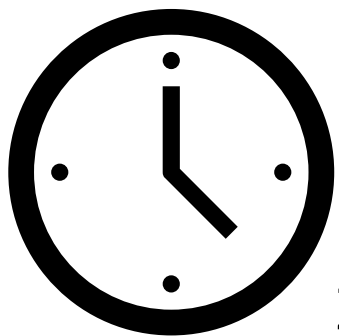
geringer Handlungsbedarf mittlerer Handlungsbedarf großer Handlungsbedarf

Maßnahmen

Workshop: Resilienz und Handwerk

Kennenlernen des Resilienz-Checks der Handwerkskammer

- 2 Handlungsfelder exemplarisch durcharbeiten
- Führung und Unternehmenskultur
- Nachhaltigkeit und Ressourcen
- 2 Arbeitsgruppen



Zeit: 45 Minuten



Vielen Dank!



Dr. Uta Cupok



Andreas Ihm

8: Nachhaltigkeit und Ressourcen

Der maßvolle Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen stellt heutzutage einen wichtigen Bestandteil des betrieblichen Handelns dar.

Gerade das Handwerk trägt durch nachhaltige Produktgestaltung zum Ressourcenschutz bei. Nachhaltige handwerkliche Produkte zeichnen sich durch Langlebigkeit und Reparaturfreundlichkeit aus.

1. Umgang mit Ressourcen 1/5

Beim Einkauf von Materialien bzw. Rohstoffen und bei der Herstellung unserer Produkte gehen wir so ressourcenschonend wie möglich vor.

- Verderbliche Rohstoffe werden sicher gelagert und frühzeitig verarbeitet
- Auch Reste, die bei der Herstellung unserer Produkte entstehen, werden verwertet oder an Dritte weitergegeben
- Beschäftigte für ressourcenschonendes Arbeiten sensibilisieren, z. B. Stand By-Modus von Maschinen
- Energiemanagementsystem einführen

Bewertung Handlungsbedarf

geringer Handlungsbedarf mittlerer Handlungsbedarf großer Handlungsbedarf

Maßnahmen

Vorheriges Thema

Nächstes Thema

zum Schnellcheck

zur Themenwahl

zum Maßnahmenplan

zur Auswertung

Speichern

8: Nachhaltigkeit und Ressourcen

- 1 Umgang mit Ressourcen
- 2 Auswahl von Lieferanten
- 3 Nachhaltige Herstellung
- 4 Ziele für Nachhaltigkeit
- 5 Nachhaltigkeits-Marketing

1. Umgang mit Ressourcen 1/5

Beim Einkauf von Materialien bzw. Rohstoffen und bei der Herstellung unserer Produkte gehen wir so ressourcenschonend wie möglich vor.

- Verderbliche Rohstoffe werden sicher gelagert und frühzeitig verarbeitet
- Auch Reste, die bei der Herstellung unserer Produkte entstehen, werden verwertet oder an Dritte weitergegeben
- Beschäftigte für ressourcenschonendes Arbeiten sensibilisieren, z. B. Stand By-Modus von Maschinen
- Energiemanagementsystem einführen

Bewertung Handlungsbedarf

geringer Handlungsbedarf mittlerer Handlungsbedarf großer Handlungsbedarf

Maßnahmen

Vorheriges Thema

Nächstes Thema

zum Schnellcheck

zur Themenwahl

zum Maßnahmenplan

zur Auswertung

Speichern

MERCI



CDM.LU

Introduction Gilles Reding Directeur Conseils et Services



HOUSE OF 
SUSTAINABILITY

powered by Chamber of Commerce
& Chambre des Métiers

La House of Sustainability



CHAMBER OF COMMERCE LUXEMBOURG
POWERING BUSINESS

M CHAMBRE DES MÉTIERS LUXEMBOURG

iNDR



HOUSE OF SUSTAINABILITY

Une plateforme facilitatrice, fédératrice et collaborative autour du développement durable



Écosystème d'acteurs clés du développement durable

Scientific experts: JUSTE, NeoBuild, ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

Federations: ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

CSR and sustainable development experts: ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

Thematic experts, sector initiatives and networks: ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

Agencies and public initiatives: ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

Professional chambers: ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

Ministries: ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

Training organizations: ABL, FEDIL, AACA, ProRSE, iNDR, VISIUM, SDK, LUXINNOVATION, TITA, Agence, LSFI

LUXFLAG, LOIC, Luxembourg City Incubator, HOUSE OF STARTUPS



Grandes, petites, moyennes entreprises, artisans

Les 3 piliers du Développement Durable



Missions et services

Accompagnement stratégique

**Orientation, accompagnement
et formation**

Sensibilisation et information

Labellisation et valorisation

Missions et services

Orienter et accompagner les entreprises sur les démarches du Développement Durable

- Accompagnement individuel
- Redirection vers les différents experts et partenaires

SME Packages Sustainability

Accompagnement PME Artisanat



Starter Kit RSE



Stratégie RSE • Gouvernance • Social • Environnement

Orientation, accompagnement et formation

Missions et Services de la HoS

Orientation, accompagnement et formation

Artisanat Durable en 3 étapes-clés:

1. Initiation:

Autoévaluation en ligne



Objectif: Découverte du sujet RSE

2. Analyse:

Analyse via Toolbox RSE & Conseil externe (**Starter Kit RSE**)



Objectif: Etat des lieux RSE et préparation Labellisation RSE

3. Valorisation:

Démarche de labellisation



Objectif: Valorisation de la démarche RSE

Missions et Services de la HoS

**Orientation, accompagnement
et formation**

Starter Kit RSE

Un package comprend :

- un accompagnement personnalisé par la Chambre des Métiers
- L'accès à la plateforme numérique «Toolbox RSE»
- Une consultance de 3,5 jours par un expert agréé de l'INDR
- Une subvention forfaitaire de 5000 € par le Ministère des Classes moyennes

Outlook



www.sustainability.lu

Développements à venir:

- ✓ Volet Aides financières
- ✓ Formations
- ✓ Cadre légal



Suivez-nous sur LinkedIn

Outlook



Panomix an Aktioun
3 mai 2023

JUIN 2023

Stratégie
ESG

JUILLET 2023

Décarbonation

OCT. 2023

Due Diligence

NOV. 2023

Economie
circulaire

DEC. 2023

Reporting
ESG



30 mai 2023
Conférence

Strategie
Handwierk

01 juin 2023
Workshop



21 juin 2023
Webinaire

Bilan
Carbone

5 juillet 2023
Workshop

Nos équipes sont là pour vous accompagner



42 67 67 - 505



ehandwierk@cdm.lu



[@CdMLuxembourg](https://twitter.com/CdMLuxembourg)



[eHandwierk \(group\)](#)



DER RESILIENZ-CHECK



Ziele für Handwerksunternehmer/innen

- Entdecken, welche **Besonderheiten** und speziellen Merkmale in jedem einzelnen Betrieb existieren, um Krisen zu bewältigen.
- **Transparenz** darüber, was überhaupt zum krisenfesten Unternehmen führt und wo die Unternehmen bereits gut aufgestellt sind bzw. wo dieses noch nachlegen kann.
- Überblick über **wesentliche Stärken** und **Risiken, Chancen** und **Potenziale** des eigenen Betriebs.
- Konkrete **Lösungsansätze**, wo begonnen werden kann, die Krisenfestigkeit zu verbessern.
- Bedarfsgerechte **Empfehlungen** und niederschwellige **Maßnahmen** zur weiteren Vorgehensweise.

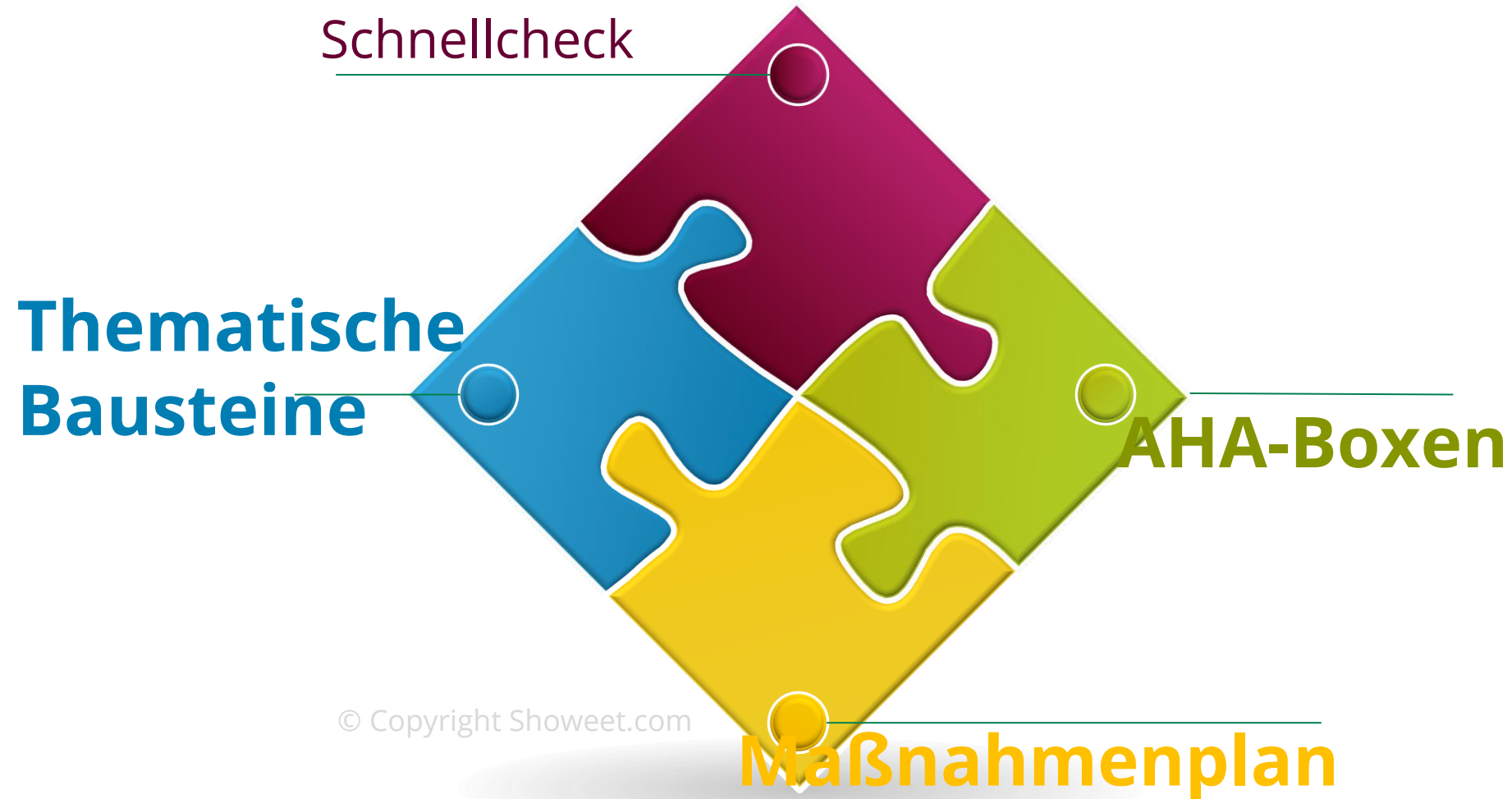
Der Resilienz-Check: Die Struktur des Selbstchecks

- ▶ Betriebe können den **kompletten Selbstcheck bearbeiten** – z. B. im Kontext einer Betriebsberatung. Die Gesamtdauer wird auf 90 Minuten angelegt.
- ▶ Der Check ist in 10 thematische Bausteine gegliedert
- ▶ Jedes dieser Themen hat 4-6 Checkpunkte
- ▶ Betriebe können auch erst einmal **einzelne Themen** (thematische Bausteine) heraussuchen und mit diesen beginnen.
- ▶ Bewertung des eigenen **Handlungsbedarfs** nach der Ampelsystematik
- ▶ Der Selbstcheck soll für eine **mehrmalige Bearbeitung** angelegt sein, nicht nur zur einmaligen Betrachtung des IST-Zustandes des Unternehmens (KVP-Ansatz).
- ▶ **Kein** Benchmarking Tool
- ▶ Einbettung des Selbstchecks als digitales Tool auf den Internetseiten des Chambre des Métiers



© <https://www.westend61.de/de/imageView/PESF02390/business-colleagues-using-digital-tablet-in-meeting-at-boardroom>

Der Resilienz-Check: Die Struktur des Selbstchecks



Die thematischen Bausteine

- ▶ Pro Baustein 4-6 Checkpunkte
- ▶ Jeder Checkpunkt mit Beispielen versehen
- ▶ Bewertung nach dem Ampelsystematik



Workshop in zwei Gruppen: Die Anwendung des Resilienz-Checks

- ▶ Auswahl zwischen den Themen **Führung** und **Nachhaltigkeit**
- ▶ Schriftliches Bearbeiten des ausgewählten Themas in der Gruppe
- ▶ Dauer 20 Minuten
- ▶ Anschließend Feedback-Runde

Der Resilienz-Check: Die thematischen Bausteine des Selbstchecks

1: Führung und Unternehmenskultur

- 1 Mitarbeiterbeteiligung
- 2 Mitarbeitermotivation
- 3 Wertschätzung
- 4 Mitarbeiterfreundlichkeit
- 5 Sicherung von Wissen
- 6 Gemeinsame Aktivitäten

1. Mitarbeiterbeteiligung

Wir achten in unserem Unternehmen auf eine gut funktionierende Beteiligung der Beschäftigten.

- Betriebliche Entscheidungen werden für die Beschäftigten transparent gemacht und eine Beteiligung ermöglicht
- Betriebsversammlungen finden regelmäßig statt
- Beschäftigte können sich jederzeit im direkten Gespräch oder über den Ideen- bzw. Beschwerde-Briefkasten einbringen
- Die jährlichen Betriebsergebnisse werden für alle Beschäftigten sichtbar gemacht

Bewertung Handlungsbedarf

geringer Handlungsbedarf mittlerer Handlungsbedarf großer Handlungsbedarf

Maßnahmen

Maßnahme 1 erfassen Maßnahme 2 erfassen Maßnahme 3 erfassen

< >

1/6

Vorheriges Thema Nächstes Thema zum Schnellcheck zur Themenwahl zum Maßnahmenplan zur Auswertung Speichern

Der Resilienz-Check: Die thematischen Bausteine des Selbstchecks

1: Führung und Unternehmenskultur

Grundsätzlich zeichnen sich viele Betriebe im Handwerk – meist kleine, familiengeführte Betriebe – durch großen sozialen Zusammenhalt und durch persönliche Arbeitsatmosphäre aus. Durch überschaubare Strukturen ist eine direkte Mitarbeiterbeteiligung mit vertretbarem Aufwand möglich. Ganzheitliche Produktion und geringe Arbeitsteilung sowie flexible Arbeitszeitregelungen tragen zur Zufriedenheit und Produktivität der Beschäftigten bei.

1. Mitarbeiterbeteiligung

Wir achten in unserem Unternehmen auf eine gut funktionierende Beteiligung der Beschäftigten.

- Betriebliche Entscheidungen werden für die Beschäftigten transparent gemacht und eine Beteiligung ermöglicht
- Betriebsversammlungen finden regelmäßig statt
- Beschäftigte können sich jederzeit im direkten Gespräch oder über den Ideen- bzw. Beschwerde-Briefkasten einbringen
- Die jährlichen Betriebsergebnisse werden für alle Beschäftigten sichtbar gemacht

Bewertung Handlungsbedarf

geringer Handlungsbedarf mittlerer Handlungsbedarf großer Handlungsbedarf

Maßnahmen

Maßnahme 1 erfassen Maßnahme 2 erfassen Maßnahme 3 erfassen

< >

1/6

Vorheriges Thema Nächstes Thema zum Schnellcheck zur Themenwahl zum Maßnahmenplan zur Auswertung Speichern

8: Nachhaltigkeit und Ressourcen

- 1 Umgang mit Ressourcen
- 2 Auswahl von Lieferanten
- 3 Nachhaltige Herstellung
- 4 Ziele für Nachhaltigkeit
- 5 Nachhaltigkeits-Marketing

1. Umgang mit Ressourcen 1/5

Beim Einkauf von Materialien bzw. Rohstoffen und bei der Herstellung unserer Produkte gehen wir so ressourcenschonend wie möglich vor.

- Verderbliche Rohstoffe werden sicher gelagert und frühzeitig verarbeitet
- Auch Reste, die bei der Herstellung unserer Produkte entstehen, werden verwertet oder an Dritte weitergegeben
- Beschäftigte für ressourcenschonendes Arbeiten sensibilisieren, z. B. Stand By-Modus von Maschinen
- Energiemanagementsystem einführen

Bewertung Handlungsbedarf

geringer Handlungsbedarf mittlerer Handlungsbedarf großer Handlungsbedarf

Maßnahmen

Vorheriges Thema

Nächstes Thema

zum Schnellcheck

zur Themenwahl

zum Maßnahmenplan

zur Auswertung

Speichern

Feedback

MERCI



CDM.LU

Aides financières - Finanzierungsbeihilfen



Si vous souhaitez avoir une copie de cette présentation, contactez M. Philippe Maroldt à l'adresse suivante:

Phillipe.Maroldt@cdm.lu

Wenn Sie eine Kopie dieser Präsentation erhalten möchten, wenden Sie sich bitte an Herrn Philippe Maroldt unter der folgenden Adresse:

Phillipe.Maroldt@cdm.lu

Falls Sie Fragen haben zu den SME Packages, können Sie den Service eHandwerk der Chambre des Métiers kontaktieren:

ehandwerk@cdm.lu / +352 42 67 67 - 505



I M S L U X E M B O U R G

Inspiring More Sustainability

Luxembourg's leading network for Corporate Responsibility

CSR – Corporate Social Responsibility

© IMS Luxembourg - Intervention CDM - workshop 27 avril 2023

- Découvrir ce qu'est la RSE
- Comment votre organisation peut / doit s'engager



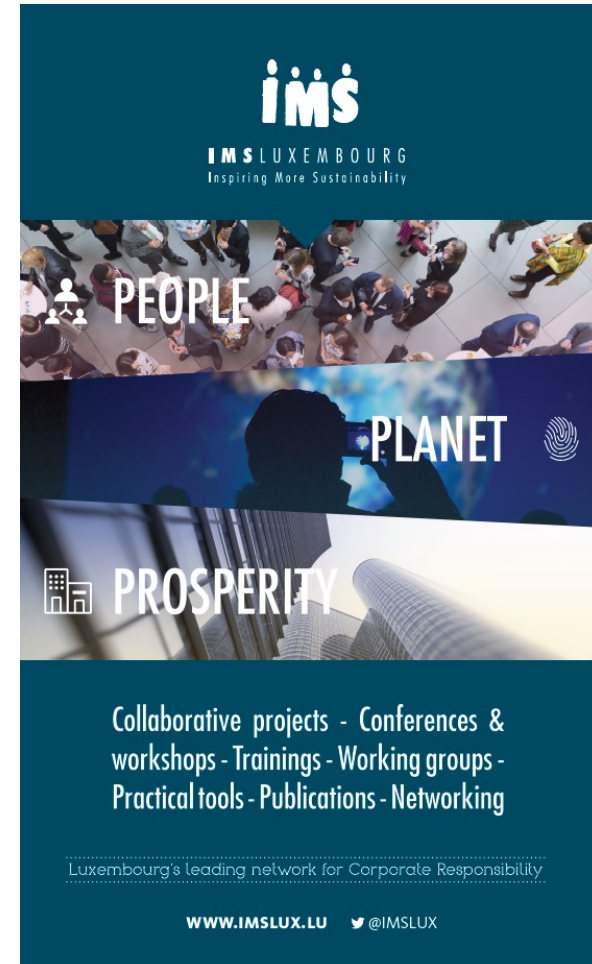


IMS LUXEMBOURG
Inspiring More Sustainability

A few words about IMS

IMS Inspiring More Sustainability

- Luxembourg's leading network for corporate responsibility
- Independent, non-political recognized association of public utility
- National representative:
 - Capitals Hub: Capitals Coalitions
 - B-Corp
 - WBCSD
 - CSR Europe
 - European Commission/DG Justice: Diversity Charter



Our network



IMS LUXEMBOURG
Inspiring More Sustainability





RAISE AWARENESS, INFORM

- Communication campaigns
- Conferences / Forum
- Workshops and trainings
- Magazine



ANIMATE THE LEADING CSR COMMUNITY

- CSR clubs
- Collaborative groups for sectoral innovation
- Stakeholders engagement (associations, experts, European players, etc.)
- Diversity Charter Letzebuerg / Diversity Network



PROVIDE OUR EXPERTISE

- State of play and recommendations of member practices
- Identification of possible areas of development
- Partnerships with researchers and specialists
- Publications
- CSR Europe's expertise



PROPOSE CONCRETE SOLUTIONS

- Toolkit
- Best practices
- Pilot actions to mutualise means across the territories
- Facilitate partnerships with associations (Part&Act programme and Speed Meeting)
- Diversity, sustainable purchases, etc

Overview of our projects



IMS LUXEMBOURG
Inspiring More Sustainability



PLANET



TACKLING CLIMATE CHANGE

- SOLAR ENERGY
- ECO-MOBILITY

NATURAL RESSOURCES & BIODIVERSITY

- BIODIVERSITY
- CORPORATE GARDENING

TOWARDS ZERO WASTE

- ZERO SINGLE-USE PLASTIC
- ZERO FOOD WASTE



PEOPLE



DIVERSITY & INCLUSION (Diversity Charter Lëtzebuerg)

- (HAND) CAP EMPLOI
- MIGRATION VERS L'EMPLOI
- DIVERSITY DAY
- DIVERSITY AWARDS
- LGBTI INCLUSION

BUSINESS & HUMAN RIGHTS

COMMUNITY ENGAGEMENT

- PART&ACT

HAPPINESS AT WORK: MYTH OR REALITY

- INFO FLOW SAVVY

YOUTH

- DIGITAL EXPLORER



PROSPERITY



NEW ECONOMIC APPROACHES

- LUXEMBOURG CEO SUSTAINABILITY CLUB
- CIRCULAR ECONOMY
- THE THIRD INDUSTRIAL REVOLUTION

RESPONSIBLE CONSUMPTION & PRODUCTION

- PURCHASES CLUB "OUT OF THE BOX"
- OVER-INDEBTNESS (FINANCIAL DEBT)

SOCIAL AND SOLIDARITY ECONOMY

TRANSPARENCY & REPORTING

- SUSTAINABLE MANAGER CLUB



OUR ACTIONS



Overview of our projects



IMS LUXEMBOURG
Inspiring More Sustainability



KIT DE TRANSITION POUR LES ENTREPRISES

2022

PARTIE 1 INTRODUCTION	Contexte	5
	Guide de lecture	6
	10 questions pour une transition réussie	8
PARTIE 2 ALTERNATIVES	Les nouveautés à repérer dans le Kit	21
	Assiettes et récipients alimentaires	22
	Couverts	32
	Bouteilles	41
	Gobelets	53
	Pailles	60
	Touillettes	70
	Emballages alimentaires (snacking)	76
	Sacs et sachets	82
	Ballons	89
	Lingettes	95
PARTIE 3 TEMOIGNAGES	Témoignages 2022	101
PARTIE 4 POUR ALLER PLUS LOIN	Références	172



L'ÉCOMOBILITÉ AU LUXEMBOURG

En chiffres

- 61,1% LA PART DES ÉMISSIONS DE CO₂ AU LUXEMBOURG PROVIENT DU TRANSPORT
- 44% LA PART DES DÉPLACEMENTS COUVRANT UNE DISTANCE DE MOINS DE 5 KM
- 49% EN 2030 LE PLAN NATIONAL ÉNERGIE ET CLIMAT PRÉVOYANT DES VOITURES 100% ÉLECTRIQUES

Parti mobile actualisé en 2022

ACTIVITÉ

Carte des flux au Luxembourg

BIEN #1 ENCOURAGER L'INTERMODALITÉ AUCOUR DE L'USAGE DU TRANSPORT PUBLIC

BIEN #2 DÉVELOPPER LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

BIEN #3 ENCOURAGER LA MOBILITÉ ACTIVE

BIEN #4 LE COVOITURAGE ET L'AUTOPARTAGE

BIEN #5 DÉVELOPPER LA FLEXIBILITÉ DU TRAFIC

BIEN #1 ENCOURAGER L'INTERMODALITÉ AUCOUR DE L'USAGE DU TRANSPORT PUBLIC

Planifier ses déplacements en transport public

BIEN #2 DÉVELOPPER LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

TRAM

TRAM LUXTRAM

BUS

Réseau régional de bus RGTR

Réseau de bus de la Ville de Luxembourg

Carte des P+R nationaux et frontaliers

BIEN #3 ENCOURAGER LA MOBILITÉ ACTIVE

Plate cyclable obligatoire ou voie cyclable obligatoire

Chemin obligatoire pour cyclistes et piétons

Autopartage Flex

Le service d'autopartage des CFL, Flex, est la solution de carsharing en Luxembourg, avec une gamme de véhicules de qualité et de nombreuses stations dans la plupart des communes connectées au réseau de transport public dont notamment les gares ferroviaires. Vous ne payez que pour le temps réservé et par kilomètre parcouru. L'application Flex permet de réserver facilement des services. (www.flex.lu) Pour tout renseignement sur l'offre aux entreprises, veuillez adresser un email à: b2b@flex.lu

Autopartage Carish

Carish met à disposition un service professionnel d'autopartage sur le territoire de la Ville de Luxembourg. Les véhicules mis à disposition sont adaptés au cœur des principaux quartiers résidentiels de la ville, et vous trouvent tout une station à proximité de la gare de Luxembourg ainsi que du centre-ville. Toutes les stations Carish sont répertoriées sur le site officiel www.carish.lu sous l'onglet les stations Carish.

Autopartage Moveev

Moveev propose un service de partage de différents véhicules (voitures, vélos, trottinettes électriques) destinés aux entreprises. Ceux-ci peuvent composer leur flotte partagée et offrir ce service à leurs salariés. (https://moveev.lu)

velo101

Dans la Ville de Luxembourg et certaines communes voisines, le réseau VEO101 propose plus de 1.000 vélos dans 93 stations. Appliquez le code QR.

Le matériel obligatoire du vélo

SUSTAINABILITY

IMS LUXEMBOURG MAG

■ Nature ■ Économie ■ En société ■ Meet ■ Science & Tech ■ Buzz ■ Ailleurs ■ Culture

Sabonner au Mag

À la une

JAY COEN GILBERT, COFONDATEUR DE B CORP

"Make Business a Force for Good". La formule est efficace et résume l'ambition B Corp : celle ni plus ni moins de changer notre système économique. Aujourd'hui, ce projet de rénovation du capitalisme fait de plus en plus d'adeptes et les entreprises se pressent pour pouvoir rejoindre ce mouvement. Rencontrez avec son co-fondateur Jay Coen Gilbert.

Le 26 octobre 2023 – participez au LSF



IMS LUXEMBOURG
Inspiring More Sustainability

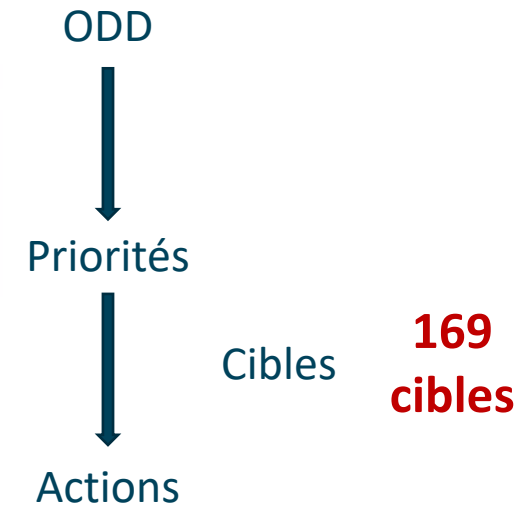


https://www.youtube.com/watch?v=GIjwK_j_HyY&list=PLKKPpGU3Ir99FLVEYMHTB4wnDfZdPH2Wr&t=24s

Cadre Pourquoi agir ?

Objectifs de Développement Durable

Les ODD sont les 17 priorités fixées par les Nations Unies (2015) pour un développement respectueux des populations et de l'environnement > Agenda 2030



<https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/>

Les 5P : Domaines d'action des ODD



<https://www.linkedin.com/pulse/les-5-p-du-programme-de-developpement-durable-lhorizon-mahmoud-ghouil/?originalSubdomain=fr>

Pourquoi les entreprises doivent agir ?

Important pour les entreprises :



Main d'oeuvre qualifiée et motivée



Stabilité financière et croissance économique



Excellence opérationnelle et efficacité



Innovation, numérisation et automatisation



Satisfaction client, réputation et image de marque

Comment la RSE et les ODDs peuvent y contribuer :

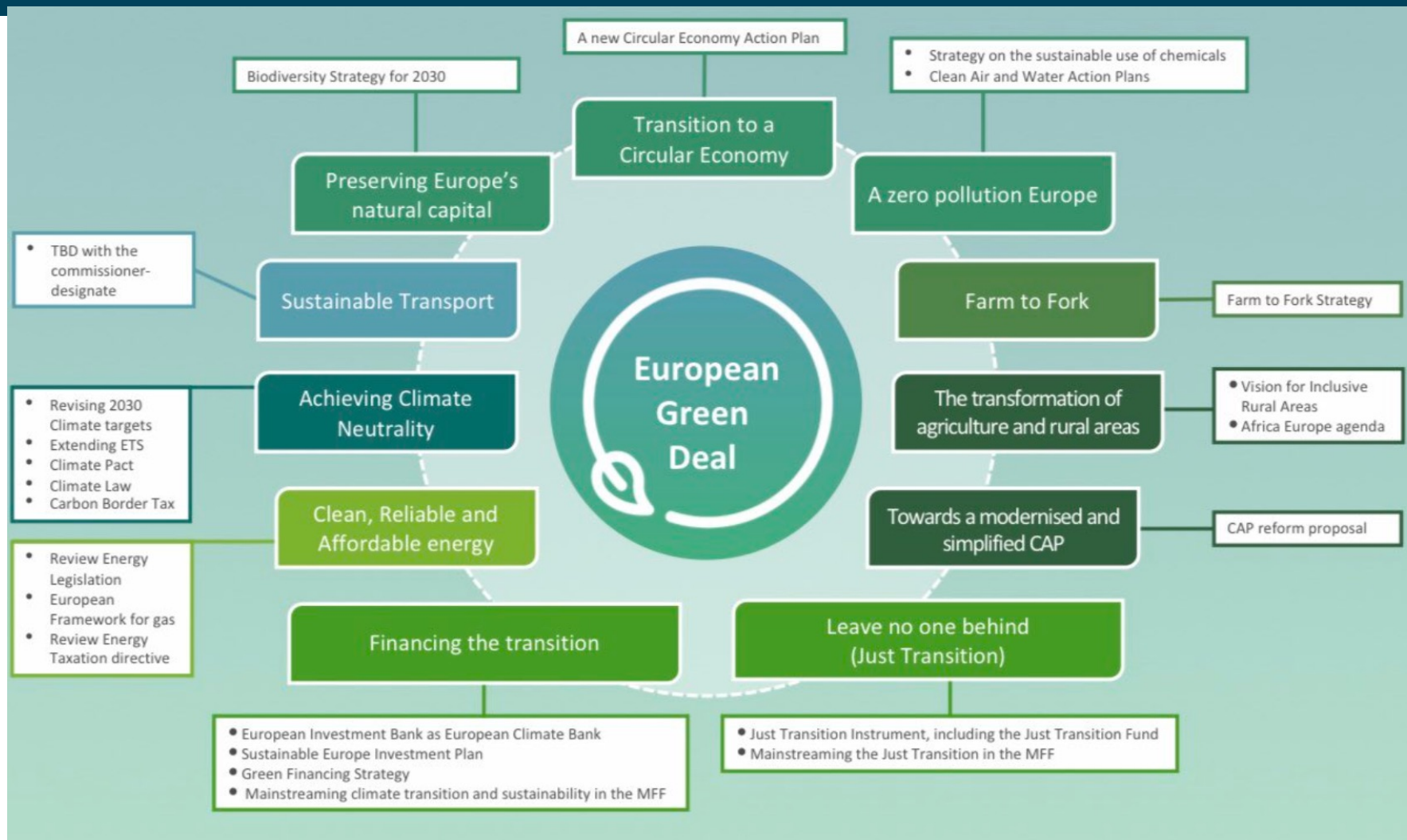
Travailler avec un sens et attirer les talents

Bénéficier d'un avantage concurrentiel et de **nouvelles opportunités de marché**

Optimiser les processus et **réduire les coûts**

Nouveaux modèles économiques et collaboration

Les **exigences des consommateurs** évoluent vers la durabilité



Source: Frans Timmermans, *Twitter post*, 8 October 2019

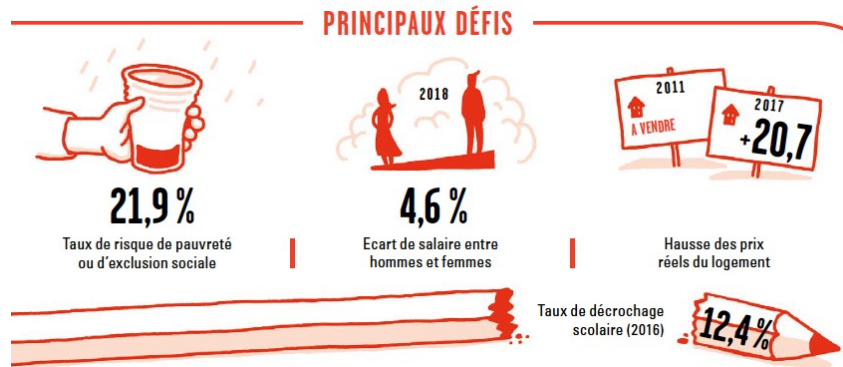
Overview of the Regulatory Landscape



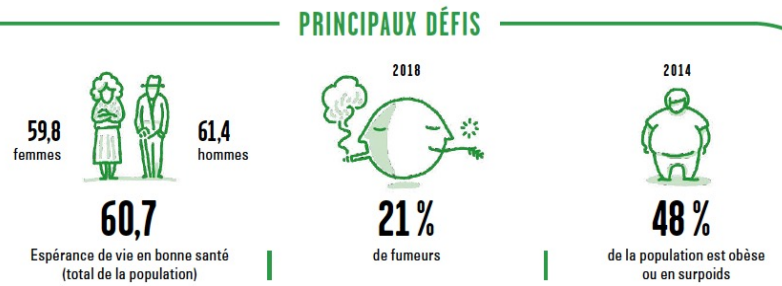
- MANDATORY DISCLOSURES**
- MIFID II, IDD, UCITS, AIFMD
 - EU Benchmark
 - EU Prudential Rules (BK, Ins)
 - Corporate Sustainability Due Diligence Directive

- VOLUNTARY STANDARDS**
- EU Green Bond Standard
 - EU Eco-labels
 - Taxe d'Abonnement
 - TCFD, CDP, CDSB, SASB, GRI

1. ASSURER UNE INCLUSION SOCIALE ET UNE ÉDUCATION POUR TOUS



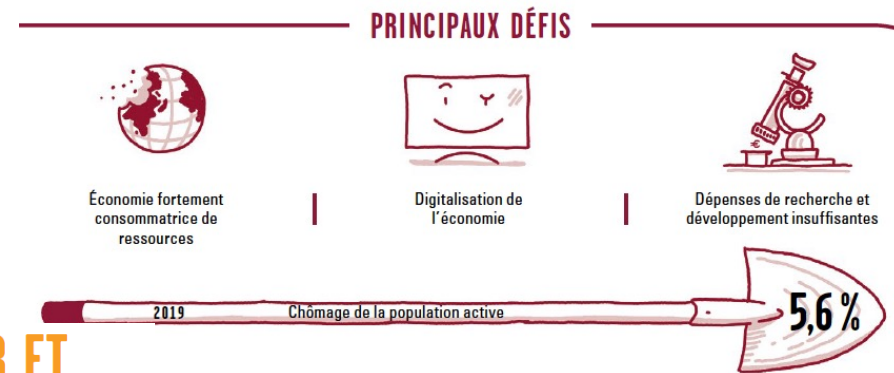
2. ASSURER LES CONDITIONS D'UNE POPULATION EN BONNE SANTÉ



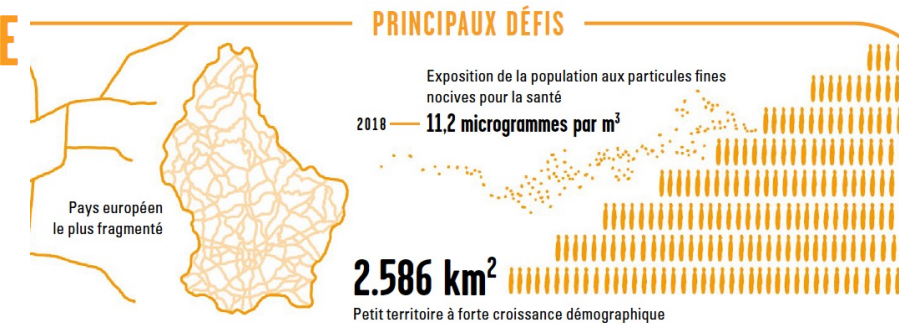
3. PROMOUVOIR UNE CONSOMMATION ET UNE PRODUCTION DURABLES



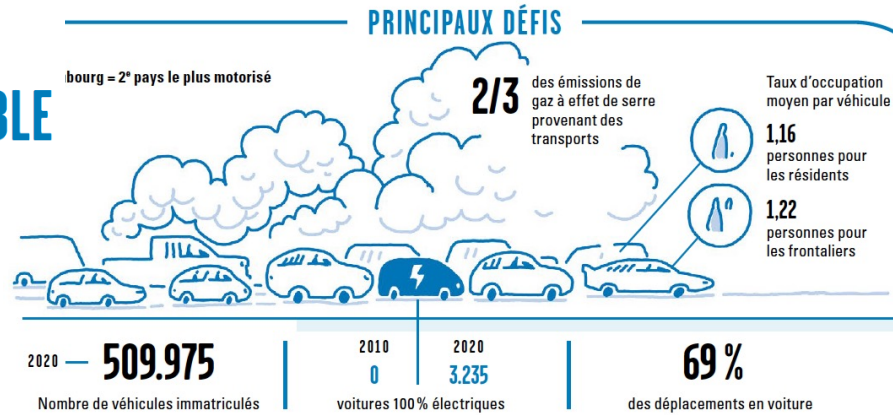
4. DIVERSIFIER ET ASSURER UNE ÉCONOMIE INCLUSIVE ET PORTEUSE D'AVENIR



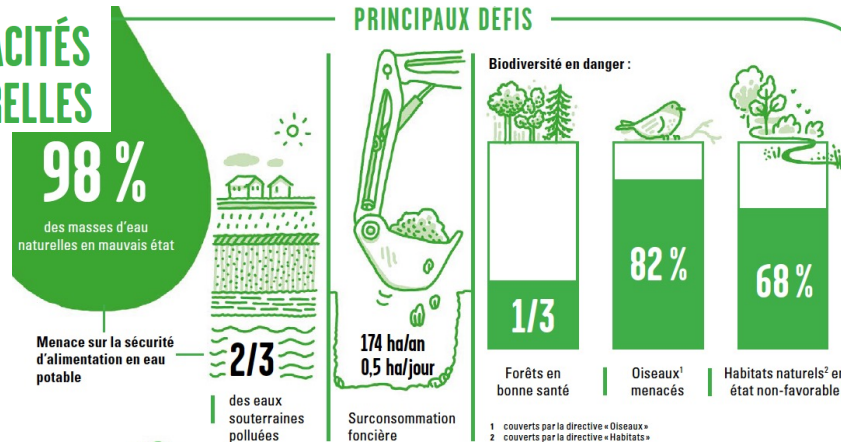
5. PLANIFIER ET COORDONNER L'UTILISATION DU TERRITOIRE



6. ASSURER UNE MOBILITÉ DURABLE



7. ARRÊTER LA DÉGRADATION DE NOTRE ENVIRONNEMENT ET RESPECTER LES CAPACITÉS DES RESSOURCES NATURELLES



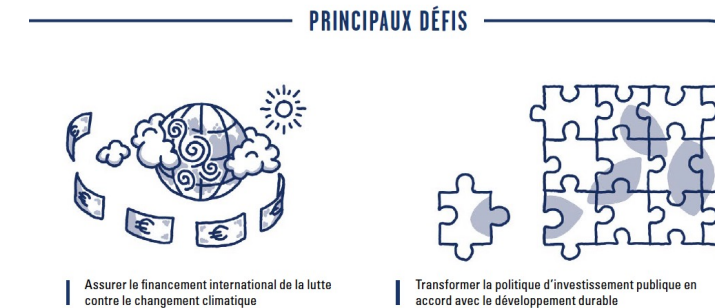
8. PROTÉGER LE CLIMAT, S'ADAPTER AU CHANGEMENT CLIMATIQUE ET ASSURER UNE ÉNERGIE DURABLE



9. CONTRIBUER SUR LE PLAN GLOBAL À L'ÉRADICATION DE LA PAUVRETÉ ET À LA COHÉRENCE DES POLITIQUES POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE



10. GARANTIR DES FINANCES DURABLES



A stack of 'SUSTAINABILITY' magazines is shown, with the top cover featuring a photograph of a person and the text 'SUSTAINABILITY #03'. The spines of the magazines are visible, showing the word 'SUSTAINABILITY' and 'IMS LUXEMBOURG'. A teal-colored box is overlaid on the center of the stack, containing a quote.

“ Bringing solutions
for sustainable growth ”



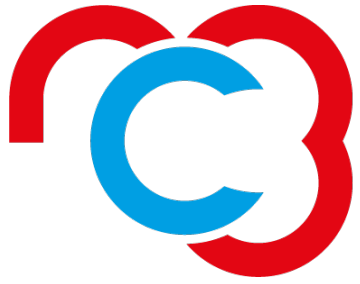


IMS LUXEMBOURG
Inspiring More Sustainability



.....
Luxembourg's leading network for Corporate Responsibility
.....

THANK YOU



nc3.lu

National Cybersecurity
Competence Center
LUXEMBOURG

Résilience en Cybersécurité pour les PME

- Dominique Kogue
- Bertrand Lathoud
- Chambre des Métiers
- Atelier du 27 Avril 2023



Competence building



Capacity building



Research, data & innovation



Ecosystem & industrialization



NCC coordination

ABOUT US

The NC3 mission is to support the Luxembourg ecosystem in building cybersecurity competence and capacity, in a way that contributes to develop the cybersecurity industrial base, and strengthens the strategic autonomy of the European Union.

16/05/2023

Agenda

1. Le contexte de la menace
2. La situation des PME
3. Qu'est-ce que la résilience «cyber» ?
4. Que nécessite la sécurité ?
5. En pratique : 3 étapes simples pour commencer
6. Conclusion
7. Atelier Questions & Réponses

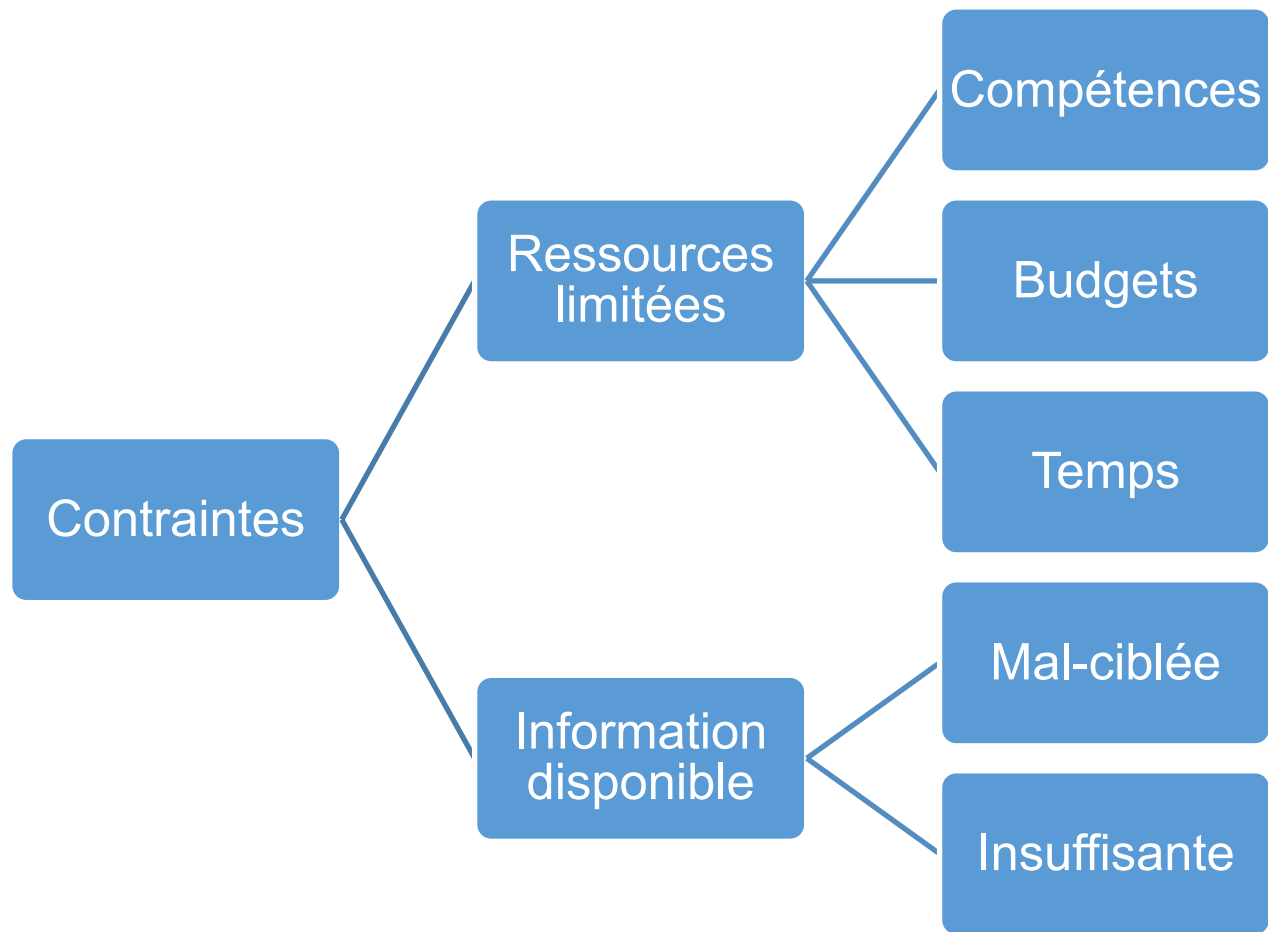
Les PME ne sont pas épargnées

- Evolution de la cybercriminalité : **volume** et **automatisation** => plus personne n'est à l'abri, et les conséquences sont graves.
- Convergence des observations du phénomène cybercriminel tant par les acteurs publics (ENISA) que privés
- 68% des attaques se font sur les sociétés de taille moyenne (2021)
- 75% des attaques se font sur les sociétés de taille moyenne (2022)
- Perte moyenne de 50 000 Euros par attaque

- **Types courants**
 - Ransomware
 - «Ingénierie sociale» (Fraude au PDG)
- **Points d'entrée les plus utilisés**
 - Email (91% selon Orange)
 - Accès à distance (Fournisseur IT)

16/05/2023

Contexte IT pour les PME

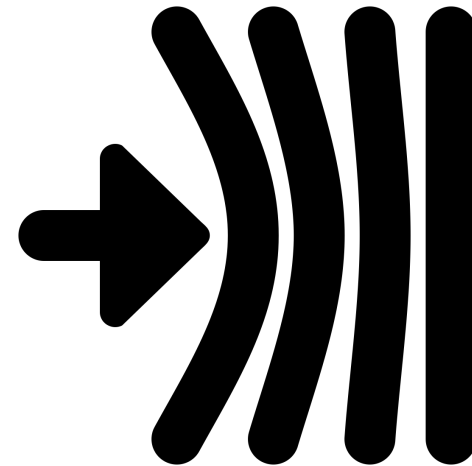


Résilience Cyber ?

« En informatique, **capacité d'un système d'information à résister à une panne ou à une cyberattaque et à revenir à son état initial après l'incident.** »
(ANSSI-F)

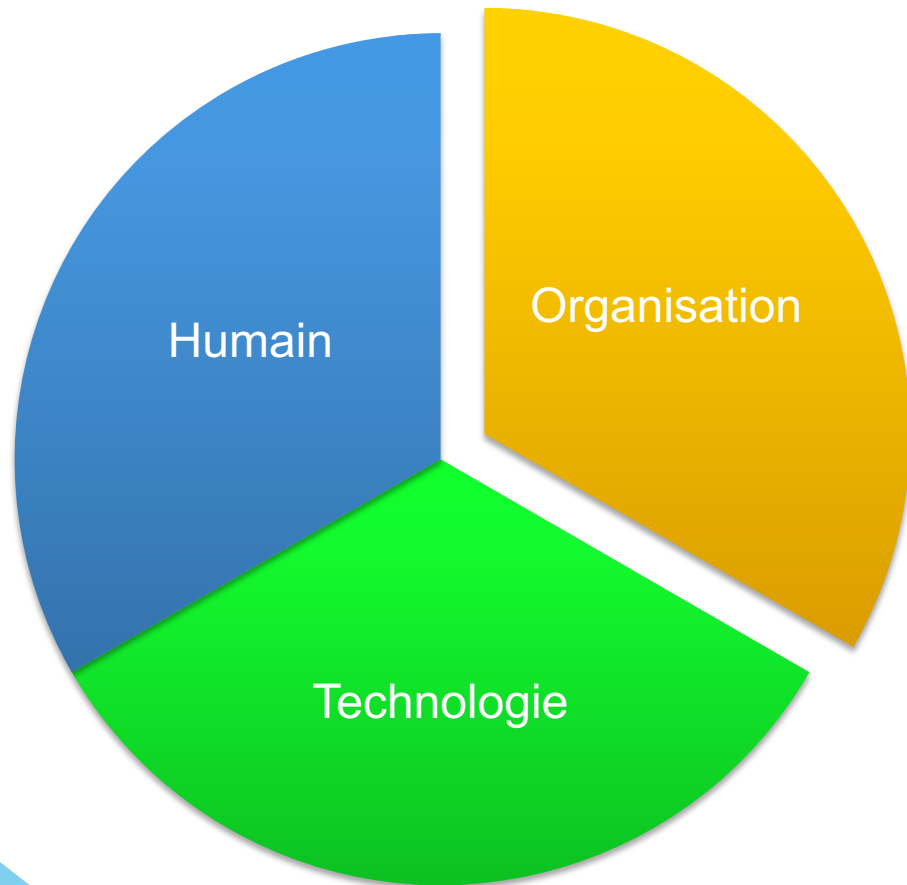


Objectif pratique et **VITAL** : quelle que soit la méthode choisie, l'organisation ciblée est en mesure d'absorber l'impact d'un incident et de **poursuivre son activité.**

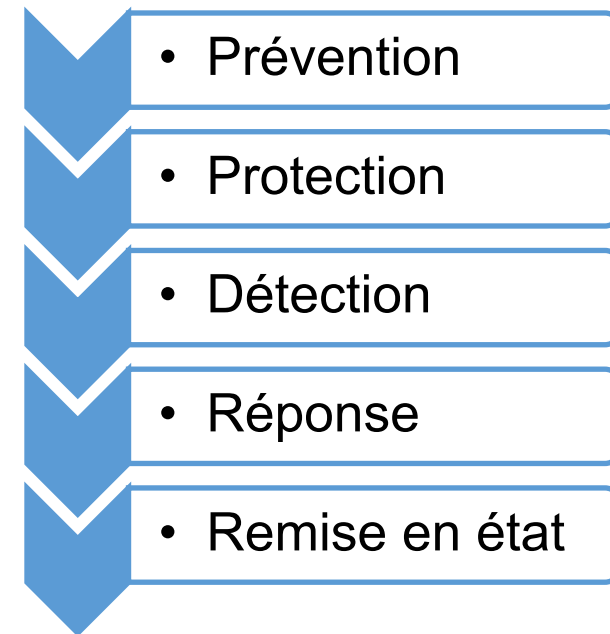


Les piliers de la Résilience

3 Dimensions



5 Domaines



En pratique – Première étape

SURVIVRE !

Communication Coordination

- Contacts de toutes les personnes requises pour gérer un incident

URGENCES

- CIRCL : (+352) 247 88444

Sauvegardes

- Au moins une fois par semaine
- Au moins deux supports

Phishing

- Signaler c'est se protéger
- www.spambee.lu

16/05/2023

Deuxième étape

MIEUX SE CONNAÎTRE ET S'ÉVALUER

Auto-évaluation

- Risques les plus courants
- <https://fit4cybersecurity.nc3.lu/>

Connaître son infrastructure

- Lister les éléments-clés
- Activer la journalisation

Se sensibiliser

- Trustbox
- <https://trustbox.nc3.lu>

Troisième étape

INITIER LA GOUVERNANCE DE LA SÉCURITÉ

Responsabiliser

- Si la sécurité est l'affaire de tous, il doit quand même y avoir **un responsable**

Former

- Personnels IT (Exemples : modules DLH)
- Personnels – Equipe de gestion de crise
- Tous – « Hygiène informatique de base »

Gérer

- Procédures simples et documentées
- Fournisseurs sensibilisés, voire évalués
- Tests réguliers

Conclusion

1

Commencez aujourd'hui

2

N'hésitez pas à vous faire accompagner par un spécialiste : www.cybersecurity.lu

3

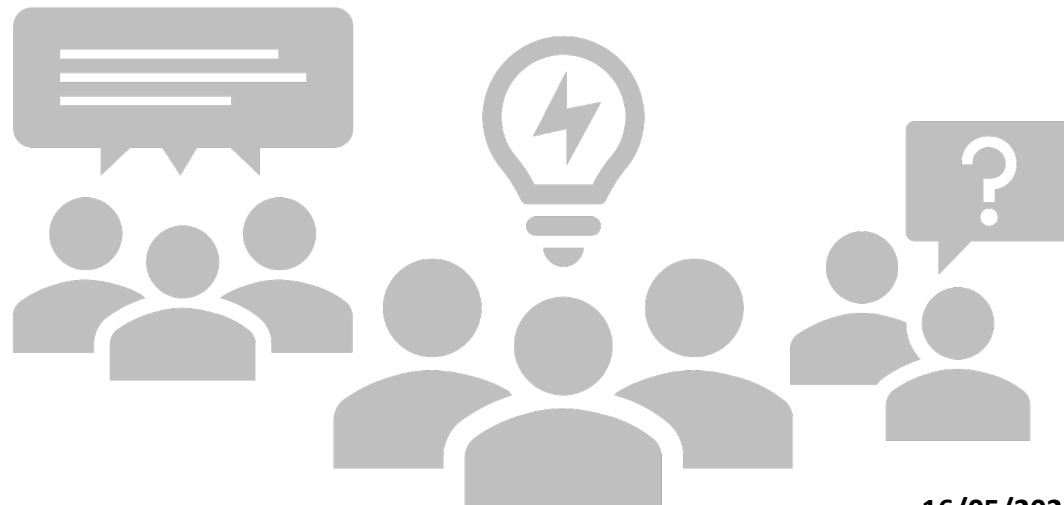
Exprimez vos besoins : <https://surveysmedemand.nc3.lu/>

Atelier “Résilience”

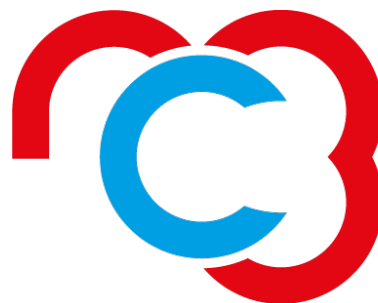


Avez-vous des questions ?

(Nous en avons pour vous)



16/05/2023



nc3.lu

National Cybersecurity
Competence Center

LUXEMBOURG



**122, rue Adolphe Fischer
L-1521 Luxembourg**



+352 274 00 98 667



info@nc3.lu



<https://nc3.lu>



27 avril 2023

Les incontournables du droit du travail pour l'employeur

Elisabeth Franssen

Sommaire

1. La conclusion du contrat de travail
 - a) Formalités liées à l'embauche
 - b) Forme et contenu du contrat de travail
 - c) La période d'essai
2. L'exécution du contrat de travail
 - a) Incapacité de travail
 - b) Harcèlement sexuel
 - c) Harcèlement moral
3. La résiliation du contrat de travail
 - a) Licenciement avec préavis (licenciement)
 - b) Licenciement avec effet immédiat
 - c) Protection contre le licenciement

1

La conclusion du contrat de travail

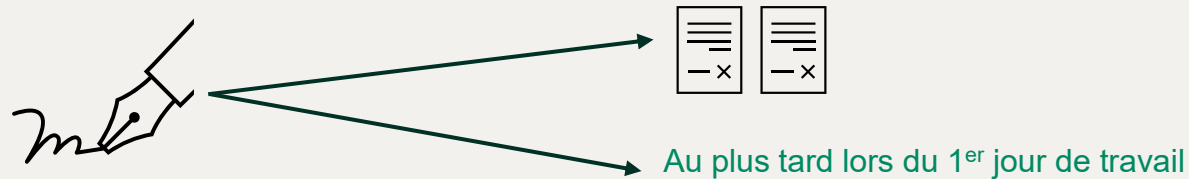
La conclusion du contrat de travail

Formalités liées à l'embauche

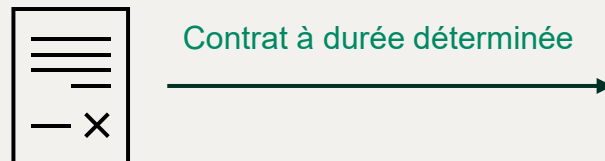
- **Déclaration de poste vacant** à l'Adem 3 jours avant toute annonce dans la presse
- Pour les ressortissants de pays tiers, vérification **permis de travail** et demande d'**autorisation de séjour** le cas échéant
- **Examen médical** d'aptitude au poste
- **Affiliation à la sécurité sociale** dans un délai de 8 jours

La conclusion du contrat de travail

Forme du contrat de travail



Risque → contrat de travail à durée déterminée → requalification en contrat de travail à durée indéterminée
Risque → perdre la possibilité d'appliquer une période d'essai.



- Tâche précise et non durable
- Préciser date d'échéance du terme ou la durée minimale
- Préciser nom du salarié absent lorsque CDD conclu pour un remplacement
- Renouvelé deux fois (si prévu dans le contrat/un document ultérieur)
- Durée maximale du contrat, y compris les renouvellements éventuels : 24 mois
- Résiliation avant terme interdite, sauf faute grave

La conclusion du contrat de travail

Contenu du contrat de travail



Projet de loi n°
8070 du 7
septembre 2022

Elargissement
des informations
essentielles

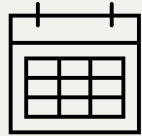
Sanction :
amende EUR
251 à 5000
(EUR 500 à
10.000 pour les
personnes
morales)

- L'identité des parties
- La date du début de l'exécution du contrat de travail
- Le lieu de travail
- La nature de l'emploi occupé, et, le cas échéant, la description des fonctions
- La durée de travail journalière ou hebdomadaire normale du salarié et les modalités relatives à la prestation d'heures supplémentaires et à leur rémunération ainsi que, le cas échéant, toutes les modalités relatives au changement d'équipe
- L'horaire normal du travail
- La rémunération, y compris le salaire de base et, le cas échéant, tous les compléments, accessoires, gratifications ou participations + périodicités et modalités de versement
- La durée du congé payé auquel le salarié a droit
- La procédure à observer par l'employeur et le salarié en cas de résiliation du contrat de travail, y compris les conditions de forme et les délais de préavis à respecter
- La durée et les conditions d'application de la période d'essai éventuellement prévue
- Les clauses dérogatoires ou complémentaires dont les parties ont convenu
- Le cas échéant, la mention des conventions collectives
- L'identité du ou des organismes de sécurité sociale percevant les cotisations sociales et le régime de protection sociale y relatif
- Le cas échéant, l'existence et la nature d'un régime complémentaire de pension, le caractère obligatoire ou facultatif, les droits à prestations ainsi que l'existence éventuelle de cotisations personnelles
- Le cas échéant, le droit à la formation octroyée par l'employeur

→ Nécessité de mettre à jour les modèles de contrat

La conclusion du contrat de travail

La période d'essai



Principe : Accord écrit, avant le début de la relation de travail, sous peine de nullité de la clause

Non admissible dans certains cas prévus par la loi (ex: CDI à la suite d'un CDD) et établis par la jurisprudence (ex: changement d'employeur au sein de la même unité économique et sociale)

Non-renouvelable, même d'un commun accord

Durée de l'essai : minimum de 2 semaines, ne peut excéder 6 mois. Période d'essai inférieure à un mois doit être exprimée en semaines entières. Période d'essai dépassant un mois doit être exprimée en mois entiers.

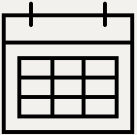
Exception :

- Ne peut excéder 3 mois si niveau de formation professionnelle du salarié inférieur au CATP
- Peut aller jusqu'à 12 mois lorsque traitement mensuel brut prévu au contrat de travail est supérieur ou égal à 4.938,70 € à l'indice 921,40 (soit 536 € à l'indice 100)

CDD : pas de règle spécifique: durée à adapter en fonction de la durée du CDD MAIS **!!** Projet de loi n° 8070 : maximum un quart

La conclusion du contrat de travail

La période d'essai - Résiliation



Règles de procédure:

- Forme : LRAR ou lettre remise en mains propres contre récépissé
- Avec préavis: pas de motifs à fournir même si demande du salarié
- Motif grave: employeur doit communiquer les motifs avec précision dans la lettre de licenciement
- Procédure d'entretien préalable non applicable
- Résiliation non autorisée durant les deux premières semaines, sauf faute grave

Résiliation durant la période d'essai:

- Le préavis commence le jour de notification (de l'envoi) de la lettre de résiliation, et non pas le 1^{er} ou le 15 du mois comme en matière de licenciement ordinaire.
- Le terme du préavis ne doit pas dépasser celui de la période d'essai **!/** Nécessité d'anticiper la résiliation

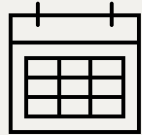
Durée de préavis: elle varie en fonction de la durée de la période d'essai

- Autant de jours que de semaines de la période d'essai,
- 4 jours par mois de la période d'essai (6 mois = 24 jours de préavis)

(minimum 15 jours – maximum 1 mois)

La conclusion du contrat de travail

La période d'essai



Décompte:

- Essai débute le jour où commence l'exécution du contrat
- En principe, décompte de quantième à veille de quantième
- Jurisprudence semble admettre également calcul de quantième à quantième
- Conseil pratique: préciser date de début et fin essai – privilégier fin = veille de quantième
- Période d'essai inclut dimanches et jours fériés. En cas d'expiration durant un jour chômé, pas de prorogation au jour travaillé suivant

Suspension du contrat de travail:

- Suspension de l'exécution du contrat (incapacité de travail ou congé pour raisons familiales): prolongation de la période d'essai d'une durée égale à celle de la suspension. Max 1 mois
- Femmes enceintes: suspension de la période d'essai pendant la période de protection contre le licenciement. Fraction restant à courir reprend à la fin de la période d'interdiction du licenciement
- Congé parental: le congé ne peut être demandé qu'après l'expiration de la période d'essai

Exemple:

Un contrat à durée indéterminée prévoit une période d'essai de 6 mois allant du 15 janvier au 14 juillet. Le délai de préavis à respecter en cas de démission est de 24 jours. Il doit être mis fin au contrat au plus tard le 21 juin (14 juillet - 24 jours).

Si résilié après le 21 juin, le délai de préavis dépassera le terme de l'essai → contrat réputé à durée indéterminée → paiement indemnité compensatoire de préavis

2

L'exécution du contrat de travail

Exécution du contrat de travail

Incapacité de travail



Obligations du salarié:

- Notifier l'incapacité/la maladie (par tout moyen) à l'employeur ou à son représentant le premier jour de l'absence
- Fournir le certificat médical le 3ème jour de son absence au plus tard, attestant son incapacité de travail depuis le 1er jour d'absence et la durée prévisible de l'absence

Protection contre le licenciement:

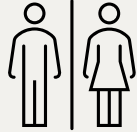
- Quelque soit le motif, y compris faute grave
- Pendant 26 semaines consécutives
- Dès le premier jour !\
- Exception en fin de période d'essai (attention : 1 seul jour valable pour licencier un salarié malade pendant l'essai)
- Contre-examen médical : Soit par la CNS (à la demande de l'employeur ou de sa propre initiative), soit par un médecin désigné par l'employeur

Obligations de l'employeur:

- Continuation du salaire jusqu'à la fin du mois au cours duquel survient le 77^{ième} jour d'incapacité de travail (calculé sur une période de référence de 18 mois). L'employeur paye 100% du salaire et est remboursé à hauteur de 80% par la Mutualité des employeurs
- Après cette période, versement de l'indemnité pécuniaire de maladie par la CNS (plafond 5 X SSM)
- Après 78 semaines sur une période de référence de 104 semaines, l'indemnité pécuniaire de maladie n'est plus due et le contrat de travail cesse de plein droit

Exécution du contrat de travail

Harcèlement sexuel



Le Code du travail définit le harcèlement sexuel à l'occasion des relations de travail, comme :

Tout comportement à connotation sexuelle ou tout autre comportement fondé sur le sexe dont celui qui s'en rend coupable sait ou devrait savoir qu'il affecte la dignité d'une personne, lorsqu'une des conditions suivantes est remplie :

- *le comportement est non désiré, intempestif, abusif et blessant pour la personne qui en fait l'objet;*
- *le fait qu'une personne refuse ou accepte un tel comportement de la part de l'employeur, d'un salarié, d'un client ou d'un fournisseur est utilisé explicitement ou implicitement comme base d'une décision affectant les droits de cette personne en matière de formation professionnelle, d'emploi, de maintien de l'emploi, de promotion, de salaire ou de toute autre décision relative à l'emploi;*
- *un tel comportement crée un environnement intimidant, hostile, dégradant, humiliant ou offensant à l'égard de la personne qui en fait l'objet.*

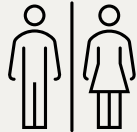
Le comportement visé peut être physique, verbal ou non verbal. L'élément intentionnel du comportement est présumé.

L'employeur:

- Est obligé de prendre toutes les mesures de prévention nécessaires pour assurer la protection de la dignité de toute personne à l'occasion des relations de travail. Ces mesures doivent comprendre des mesures d'information.
- Doit s'abstenir de tout fait de harcèlement sexuel à l'occasion des relations de travail
- Est obligé de veiller à ce que tout harcèlement sexuel dont il a connaissance cesse immédiatement

Exécution du contrat de travail

Harcèlement moral (loi du 9 mars 2023 et convention du 25 juin 2009)



Le nouvel article L.246-2 du Code du Travail définit le harcèlement moral comme suit:

Toute conduite qui, par sa répétition, ou sa systématisation, porte atteinte à la dignité ou à l'intégrité psychique ou physique d'une personne

L'employeur doit:

- **S'abstenir de tout harcèlement moral** à l'occasion des relations de travail
- **Déterminer les mesures** à prendre pour **protéger** les salariés contre le harcèlement au travail. Ces mesures devront être adaptées à la nature des activités et à la taille de l'entreprise et devront porter **à minima sur un certain nombre de points décrits dans la loi du 9 mars 2023** !\n
 - implique de mettre en place une politique de prévention et de gestion du harcèlement (quelque soit la taille de l'entreprise)
- Prendre les **mesures** pour **faire cesser immédiatement** les actes de harcèlement moral, lorsqu'un comportement de harcèlement moral est porté à sa connaissance\n
 - implique une obligation d'enquêter sur chaque plainte de manière objective et impartiale
- **Procéder** à une **évaluation interne** concernant l'efficacité des mesures et la mise en œuvre éventuelle de nouvelles mesures

Le salarié concerné peut saisir l'ITM si le harcèlement moral subsiste après la mise en œuvre des mesures ou si l'employeur s'abstient de prendre les mesures adéquates

Les mesures ne peuvent être prises au détriment du salarié victime

Le salarié ne peut faire l'objet de représailles en raison de ses protestations ou refus opposés à un comportement de harcèlement moral, ni pour avoir témoigné des faits relatifs au harcèlement moral

3

La résiliation du contrat de travail

Resiliation du contrat de travail

Licenciement avec préavis

Rappel sur le licenciement avec préavis

- **Deux catégories de motifs :**
 1. Pour une raison liée à la personne du salarié (à l'aptitude ou à la conduite du salarié)
 2. Pour une raison économique (fondée sur les nécessités du fonctionnement de l'entreprise)
- Entretien préalable si minimum 150 salariés
- Le licenciement doit reposer sur un **motif réel et sérieux**
- Délai de préavis qui varie selon l'ancienneté (2, 4 ou 6 mois) – appréciée au jour de la notification
- Début du préavis :
 - le 15 du mois si le licenciement a été notifié avant cette date ;
 - le 1^{er} jour du mois suivant si le licenciement notifié le 15 du mois précédant ou plus tard
- Possibilité pour l'employeur de dispenser le salarié de prêter sa période d'essai
- Maintien de tous les droits et obligations (*obligation de travailler, droit à la rémunération*) pendant la période de préavis
- Le cas échéant, droit à une indemnité de départ
- Si moins de 20 salariés, l'employeur peut opter dans la lettre de licenciement de prolonger le délai de préavis d'autant de mois qu'aurait compté l'indemnité de départ

Procédure

- Par écrit : lettre recommandée ou courrier remis en main propre contre accusé de réception
- Recommandation : ne doit pas contenir les motifs de licenciement
- Possibilité pour le salarié de demander les motifs du licenciement endéans un délai de un mois (LR ou en main propre)
- L'employeur doit y répondre endéans **un délai de un mois** (LR) à défaut : licenciement abusif
- Les motifs doivent être énoncés par l'employeur avec **précision**, à défaut : licenciement abusif

Résiliation du contrat de travail

Recommandations pour préparer un licenciement

Licenciement lié à l'aptitude du salarié

- L'employeur doit prouver l'inaptitude devant un tribunal
- Important de documenter les performances insuffisantes de manière continue et (éviter les évaluations trop positives si le salarié ne donne pas satisfaction)
- Expliquer et documenter les problèmes lors des réunions d'évaluation et notifier un plan d'amélioration à l'employé
- Suivi du plan d'amélioration au moyen d'évaluations intermédiaires et documenté de manière adéquate
- Notification à l'employé d'objectifs et de délais clairs
 - Anticiper et avoir un dossier pour établir, avec des preuves écrites, les faits reprochés au salarié

Appréciation au cas par cas - Exemple de motifs réels et sérieux liés à l'aptitude du salarié :

- Incompétence professionnelles
- Fautes répétées dans l'exercice du travail

Licenciement lié au comportement du salarié

- En règle générale, un acte isolé de mauvaise conduite ne sera pas considéré comme suffisant
- Il est important de documenter la faute par des notes internes (et si possible des déclarations de témoins)
- Notification d'une lettre d'avertissement formel (!/ une faute, une sanction = après un avertissement, nécessité d'un nouveau fait dans un délai pas trop éloigné pour pouvoir licencier)
- Les actes et la conduite reprochée doivent être décrits de manière très détaillée

Appréciation au cas par cas - Exemple de motifs réels et sérieux liés à la conduite du salarié

- Retards répétés
- Insubordination et refus d'ordre
- Omission de respecter les règles de sécurité

Resiliation du contrat de travail

Licenciement avec effet immédiat

Principes et procédure

- **Motif grave** = Tout fait ou faute qui rend immédiatement et définitivement impossible la poursuite de la relation de travail
- Entretien préalable si minimum 150 salariés
- Règles relatives au préavis et à l'indemnité de départ non applicables
- Résiliation notifiée par écrit, par lettre recommandée ou remise en main propre contre accusé de réception
- Indication des motifs précis du licenciement dans la lettre de licenciement
- Le licenciement doit être notifié dans un délai d'1 mois à compter de la faute grave
- Motifs non considérés comme "motif grave" par les tribunaux du travail : licenciement abusif donnant droit à des dommages-intérêts, à une indemnité compensatoire de préavis et à une indemnité de départ le cas échéant

Appréciation au cas par cas – Exemples de motif de licenciement avec effet immédiat

- Absence injustifiée prolongée
- Injures graves prononcées envers le supérieur hiérarchique
- Agression physique

Résiliation du contrat de travail

Licenciement non fondé sur une cause réelle et sérieuse : abusif

Motifs de licenciement abusif

Le licenciement sera déclaré abusif dans les cas suivants :

- Défaut de motivation
- Défaut de précision
- Motifs insuffisants
- Motifs non établis

Sanction du licenciement abusif

Le salarié ne peut pas obtenir sa réintégration mais l'employeur peut être tenu de verser des dommages et intérêts comprenant:

- La réparation du préjudice matériel à condition que le salarié prouve qu'il a effectué des démarches pour retrouver un emploi
- La réparation du préjudice moral (perspectives d'avenir, ancienneté, caractère vexatoire de la décision)

Attention ne pas licencier si salarié protégé contre le licenciement

- Salariés en congé de maladie (pendant les 26 premières semaines)
- Etat de grossesse/Maternité
- Délégué du personnel
- Reclassement professionnel
- Congé parental
- Congé pour raisons familiales

Questions



Merci de votre attention



Elisabeth Franssen
Avocat à la Cour
e.franssen@unalome-legal.lu

thank you

unalome
UNALOME LEGAL

Disclaimer : The information contained in this presentation is provided solely for informational purposes. It does not constitute a legal advice nor may it be relied upon without the comments provided during the presentation. This material may not reflect the most current legal developments. Unalome Legal may not be held liable in any manner for any inaccuracy, error or omission in any of the information contained in this presentation.

www.unalome-legal.lu

Gérer les **impayés** avec succès : *Bonnes pratiques et intervention de l'huissier de justice*

SLIDO :
Scan & pose tes questions



Plan

Recouvrement amiable

Trouver son
débiteur

Intérêts et délais
de paiement

Rappel et mise
en demeure



Recouvrement forcée

Techniques nationales

Techniques transfrontières

Quelle est la solution la plus adaptée ?

- Recouvrement amiable
- Recouvrement forcée
- Médiation, arbitrage



Recouvrement amiable

- « mieux vaut un bon arrangement qu'un mauvais procès »
- Actions non judiciaires
- Négociation
- Avantages:
 - Économies de temps, d'argent et d'énergie
 - Intérêt commercial

Questions à se poser

- **Le statut de votre créance :**
créance garantie, partiellement garantie ou non garantie
- **La situation de votre client :**
en procédure collective ou en faillite
- **La localisation du débiteur :**
au Luxembourg ou à l'international
- **L'ancienneté de la créance :**
impayé récent ou créance plus ancienne (plus la créance est confiée tôt, plus elle a de la chance d'être récupérée)
- **La relation avec votre client :**
client ponctuel ou relation à préserver

Recouvrement amiable

- les créances non contestées
 - éviter une procédure judiciaire parfois longue et coûteuse
 - provoquer une réaction de la partie débitrice
-
- Intérêt commercial
 - également valable à l'étranger

Le recouvrement amiable

- Rappels 1,2,3
- (Mise en demeure)
- rappels téléphoniques
- Visites domiciliaires
- Négociations d'échéanciers

Trouver son débiteur

Requête et ordonnance du juge de paix

- > Communes (registres de la population)
- > Organismes de sécurité sociale, caisses de pension, ADEM, CNPF

A l'étranger: il n'existe pas toujours des registres

Autres:

Google, Facebook, LinkedIn, annuaires téléphoniques, recherche WHOIS (nom de domaine) etc. peuvent être efficaces

Loi modifié du 18 avril 2014 sur les retards de paiement

B2B

- Délai de paiement : fixé par contrat ou après 30 jours (sans mise en demeure)
- Taux BCE (2,50 %) + marge (8%)
- Indemnité de recouvrement : 40 €

B2C

- Intérêt au taux légal (2,25 % act.)
- Délai 3 mois
- Conditions: facture émise dans le mois de la prestation et la facture doit contenir avertissement

Qui sont ces personnes qui frappent à la porte en hurlant 'huissier de justice' ?



Fonction universelle

- Lux: Dirwiechter
- All: Gerichtsvollzieher
- Eco: Messenger at Arms
- Por: Solicitadores de execução
- Pol: Komornik Sadowy
- Esp: Procuradores
- Ita: Ufficiali Giudiziari

Un huissier de justice?

- **Profession libérale**

- **Officier public**

Dressent des actes authentiques

- **Officier ministériel**

Délégués d'une partie de la puissance publique et aptes à conférer l'authenticité des actes qu'ils délivrent



Fonction réglementée

- Nombre est limité et fixé par règlement grand-ducal (numerus clausus)
- Vacance de poste en cas de retraite (72 ans) ou de démission
- Tarif est fixé par rgd



Critères de nomination

- Études universitaires en droit
- Cours complémentaires en droit luxembourgeois
- Stage d'une année auprès d'un huissier de justice
- Examen de fin de stage
- Nationalité luxembourgeoise
- Nomination par le Grand-Duc



Profession Libérale

Luxembourg:

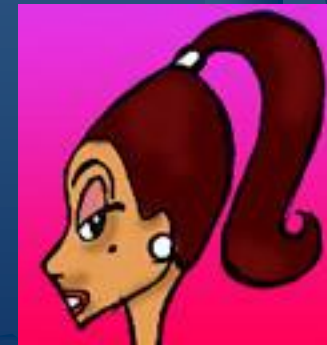
630.000 habitants

19 huissiers de justice

1 huissier de justice/33.000 habitants

7 femmes / 12 hommes

80 employés



Les compétences territoriales

- 2 arrondissements judiciaires

- Luxembourg

- Luxembourg-->11 huissiers
- Esch-Alzette-->5 huissiers

- Diekirch

- Diekirch-->3 huissiers



Fonctions de l'huissier de justice

- À titre monopolistique
 - Signification des actes
 - Exécution des décisions de justice



Significations

JEAN LOU THILL & CARLOS CALVO
HUISSIERS DE JUSTICE

01 44 13 33-1 • FAX 44 18 88 • huissiers@thillcalvo.lu
L-1512 Luxembourg, 7, rue Pierre Federspiel • Adresse Postale : B.P. 2825 L-1026 Luxembourg

DOSSIER:
ETR4753
A937464

SIGNIFICATION D'UN ACTE ETRANGER
règlement (CE) N° 1393/2007

L'an deux mille neuf, le **vingt et un** janvier.

En vertu du règlement (CE) N° 1393/2007 du Parlement Européen et du Conseil de l'Union Européenne du 13 novembre 2007, article 4, paragraphe 3, relatif à la signification et à la notification dans les Etats membres des actes judiciaires et extrajudiciaires en matière civile et commerciale, entré en vigueur en date du 13 novembre 2008.

À la requête de Maître **BRIZARD André Denis**, Huissier de Justice, demourant à F-35106 RENNES CEDEX, 3, rue de Roben;

Agissant pour le compte de la Société de droit française **KENZO**, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité audit siège, établie et ayant son siège social à F-75001 Paris, 1, rue du Port Neuf.

Je soussigné **Jean-Lou THILL** / **Carlos CALVO**, Huissier de Justice, demourant à L-1512 LUXEMBOURG, 7, rue Pierre Federspiel, immatriculé près le tribunal d'arrondissement de et à Luxembourg **al signifié et laissé copie certifiée conforme à:**

la Société Anonyme **ORION PARFUMS COSMETICS EUROPE S.A.**, représentée par son conseil d'administration actuellement en fonctions, établie et ayant son siège social à L-1811 LUXEMBOURG, 87, avenue de la Gare.

D'un acte dénommé :

« **DENONCE DE CONCLUSION** »

La présente signification se faisant pour son information, direction et à telles fins que de droit et sous toutes réserves.

Avec information au destinataire du présent exploit qu'il peut refuser de recevoir l'acte s'il est établi dans une langue autre que l'une des langues suivantes :

a) la langue officielle de l'Etat membre requis, ou, s'il existe plusieurs langues officielles dans cet Etat membre requis, la langue officielle ou l'une des langues officielles ou l'eu où il doit être procédé à la signification, ou

b) une langue comprise du destinataire

Dont Acte.

ORIGINAL

Carlos CALVO
Huissier de Justice

■ Actes introductifs d'instance

■ Recours

■ Signification des décisions de justice

Exécution

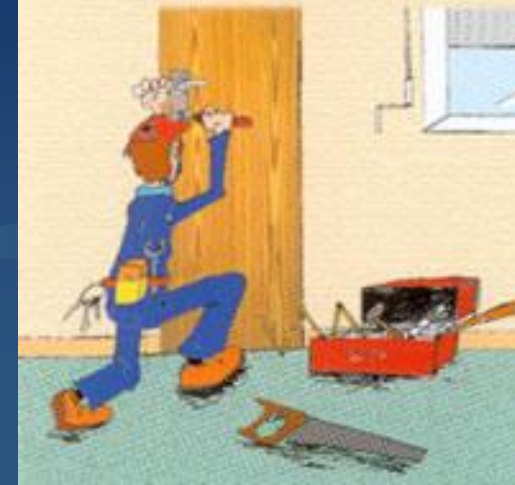
- Mesures exécutoires
 - Saisie-exécution-mobilière et immobilière
 - Expulsions
- Mesures conservatoires
 - Saisie-arrêt
 - Saisie-gagerie
 - Saisie conservatoire
 - Saisie-description-contrefaçon



Fonctions de l'huissier de justice

■ Pouvoirs redoutables

- Violer les inviolabilités constitutionnelles:
 - Du domicile
 - De la propriété
- Requérir la force publique



Fonctions de l'huissier de justice

■ À titre concurrentiel

- Constats
- Recouvrement de créances
- Prise de sûretés judiciaires
- Présentation de requêtes
- Vente aux enchères



Les constats

- État des lieux
- Avancement des travaux
- Dépôt de règlements
- Tirage au sort
- Marchés publics
- Nouvelles technologies
- Inventaires
- Dégâts



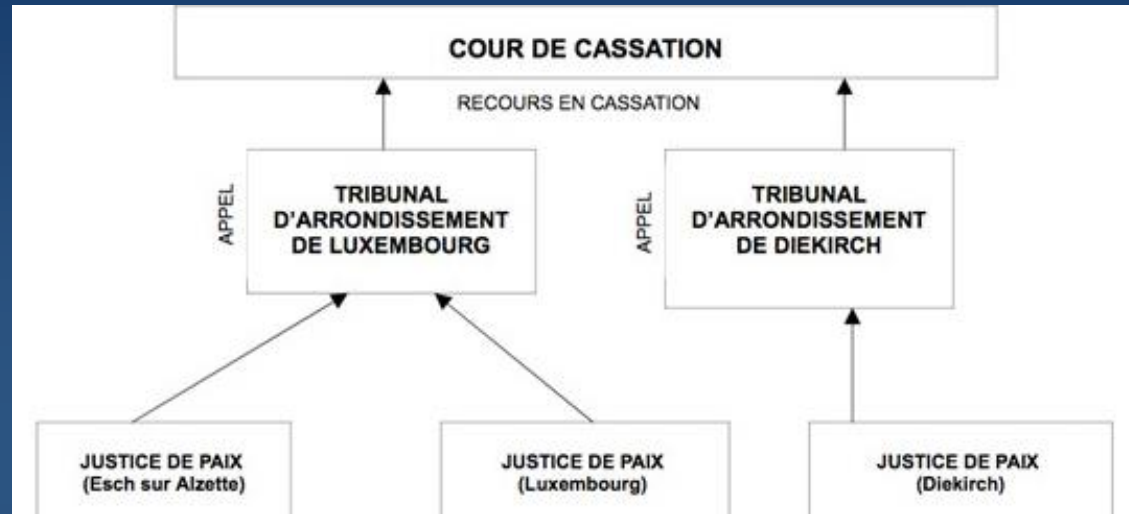
Le recouvrement amiable

- Rappels 1,2,3
- (Mise en demeure)
- rappels téléphoniques
- Visites domiciliaires
- Négociations d'échéanciers

Recouvrement Judiciaire

- Pas de recouvrement judiciaire sans décision de justice
- Il faut s'adresser au bon tribunal

L'organisation judiciaire



3 justices de paix (<15.000€)

- Luxembourg
- Esch/Alzette
- Diekirch

2 tribunaux d'arrondissement (>15.000 €)

- Luxembourg
- Diekirch

Compétence Matérielle

- < 15.000 € (Justice de Paix)
- 2 méthodes de saisine
 - Requête (demande unilatérale)
 - Citation (débat contradictoire)

Ordonnance de Paiement

- Paiement d'une somme d'argent
- Débiteur habite au Luxembourg
- **Requête** envoyé au tribunal
- Débiteur doit payer dans les **30 jours**
- Demande de **titre exécutoire**

ORIGINAL

REQUÊTE EN MATIÈRE D'ORDONNANCE DE PAIEMENT

N°:

La soussignée partie créancière:

**PARTIE
CRÉANCIÈRE**

- 1 Nom (ou personne morale); |
- 2 Prénom (ou forme de personne morale);
- 3 Profession;
- 4 rue et numéro:
- 5 Domicile; L-
(code postal et localité)
- 6 En cas de requête d'une personne morale (organe représentatif ou représentant légal);

(facultatif)

- 7 Élisant domicile en l'étude de:
- 8 prie le Juge de paix de _____ de délivrer une

ORDONNANCE CONDITIONNELLE DE PAIEMENT

contre la partie débitrice:

**PARTIE
DÉBITRICE**

- 9 Nom (ou personne morale);
- 10 Prénom (ou forme de personne morale);
- 11 Profession;
- 12 rue et numéro:
- 13 Domicile; L-
(code postal et localité)
- 14 En cas de requête contre une personne morale (organe représentatif ou représentant légal);

**Compétence
jusqu'à
10.000.-
EUROS incl.**

- 15 **POUR LE MONTANT DE:**
en toutes lettres:
- 16 **redû pour (cause de la créance):**
- 17 **avec les intérêts légaux,**
- 18 à virer au compte N° _____ de la partie créancière (ou de son mandataire)
- 19 auprès de: _____
(nom de l'établissement financier: Banque ou C.C.P)
- 20 _____, le _____

21 (signature de la partie créancière)

Citation

- Acte d'huissier envoyé au débiteur
- Débat contradictoire
- Avec exposé sommaire des moyens
- Jugement

CITATION DEVANT LA JUSTICE DE PAIX
DE ET A LUXEMBOURG

L'an deux mille seize, le

A la requête du sieur [REDACTED]

élisant domicile en l'étude de [REDACTED]

Je soussigné, [REDACTED], huissier de justice, demeurant à Luxembourg,
immatriculé près le tribunal d'arrondissement de et à Luxembourg,

ai donné citation à :

à la dame C [REDACTED]

à comparaître le **jeudi**, [REDACTED], devant le tribunal de
paix de et à Luxembourg, siégeant en son local ordinaire au bâtiment de la justice
de Paix à Luxembourg, Cité Judiciaire, Plateau St. Esprit, salle JP 1.19, 1^{er} étage

.....

A CES CAUSES

....

Sous toutes réserves.

Dont acte

Compétence Matérielle

- > 15.000 € (Tribunal d'Arrondissement)
- 2 méthodes
 - Requête (demande unilatérale)
 - Assignation (débat contradictoire)

Ordonnance de Paiement

- Paiement d'une somme d'argent
- Débiteur habite au Luxembourg
- Requête envoyé au tribunal
- Débiteur doit payer dans les 30 jours
- Demande de titre exécutoire

Assignation

- Acte d'huissier envoyé au débiteur
- Débat contradictoire
- Avec exposé sommaire des moyens
- Jugement

Voies d'exécution

- Commandement de payer
- Délai de paiement minimum: 1 jour
- À défaut de paiement → saisie

Saisie-Exécution

- Présence de 2 témoins
- Nouvelle sommation de payer
- Inventaire du mobilier saisi
- Fixation d'une vente aux enchères
- Ouverture forcée des portes possible

PLACARDS

JEAN LOU THILL & CARLOS CALVO
HUISSIERS DE JUSTICE

Adresse Postale : B.P.2626 • L-1026 Luxembourg • IBAN LU13 0023 1073 9820 0000 (BILLULL)
7, rue Pierre Federspiel L-1512 Luxembourg ☎ 44 13 33 FAX 44 18 98

VENTE FORCEE

Il sera procédé le :

**Mardi 22 janvier 2008 à 10.00 heures
à LUXEMBOURG, 17, Avenue Monterey**

par le ministère d'un des huissiers de justice repris dans l'en-tête du présent placard,
conformément à la loi, au plus offrant, au comptant et sans frais, publiquement à la vente aux
enchères des effets mobiliers suivants :

- ORDINATEUR CAISSE,
- MACHINE A CAFE,
- MOULIN A CAFE,
- MACHINE A GLAÇONS,
- LAVE-VAISSELLE EN INOX,
- PLONGE EN INOX,
- REFRIGERATEURS,
- CREPIERES

REMARQUE :

En cas de paiement, la vente n'aura pas lieu.

ENR4876

L'huissier de justice, date de l'exploit

Les coûts

- Frais légaux
- → à charge du débiteur
- Frais paralégaux
- -> à charge du mandant

Débiteur à l'étranger

- Recouvrement amiable
 - Belgique
 - France
 - Allemagne



Résumé des instruments

- Bruxelles I (n° 44/2001)
- TEE (n° 805/2004)
- IPE (n° 1896/2006)
- Petits litiges (n° 861/2007)
- Bruxelles *Ibis* (n° 1215/2012)
- OESC (n° 655/2014)
- Convention Jugements 2019 (La Haye)

Questions et problèmes

- Ne confondez pas enseigne et dénomination
- Précisions (date de naissance, nom de jeune fille ...)
- Montant exact du montant à payer (TVA...)
- Localisation du dépôt / siège
- Connaissance des comptes bancaires / employeur

Questions et problèmes

- Risque du siège social au domicile du gérant
- Risque des domiciliations
- L'objet saisi n'appartient pas au débiteur
- La saisie sur rémunération, que faire?
- ...

Enseigne vs Dénomination

Le Café du Centre Ville
place d'Armes
Luxembourg

DIKOMA SA
9, Place d'Armes
L-1234 Luxembourg

M.Claude MULLER
9, Place d'Armes
L-1234 Luxembourg

Accès RCSL – LBR.LU

- Personnes morales
- Siège social
- Statuts
- Bénéficiaire économique

BANQUE DE LUXEMBOURG
B5310

^ Informations

Dénomination(s) ou raison(s) sociale(s)
BANQUE DE LUXEMBOURG

Siège social
14, Boulevard Royal
L - 2449 Luxembourg

Date d'immatriculation
28/12/1937

Forme juridique
Société anonyme

Code NACE (Information mise à jour mensuellement)
64.191 Etablissements bancaires

Consultation du dossier

Liste des dépôts Dossier entièrement numérisé

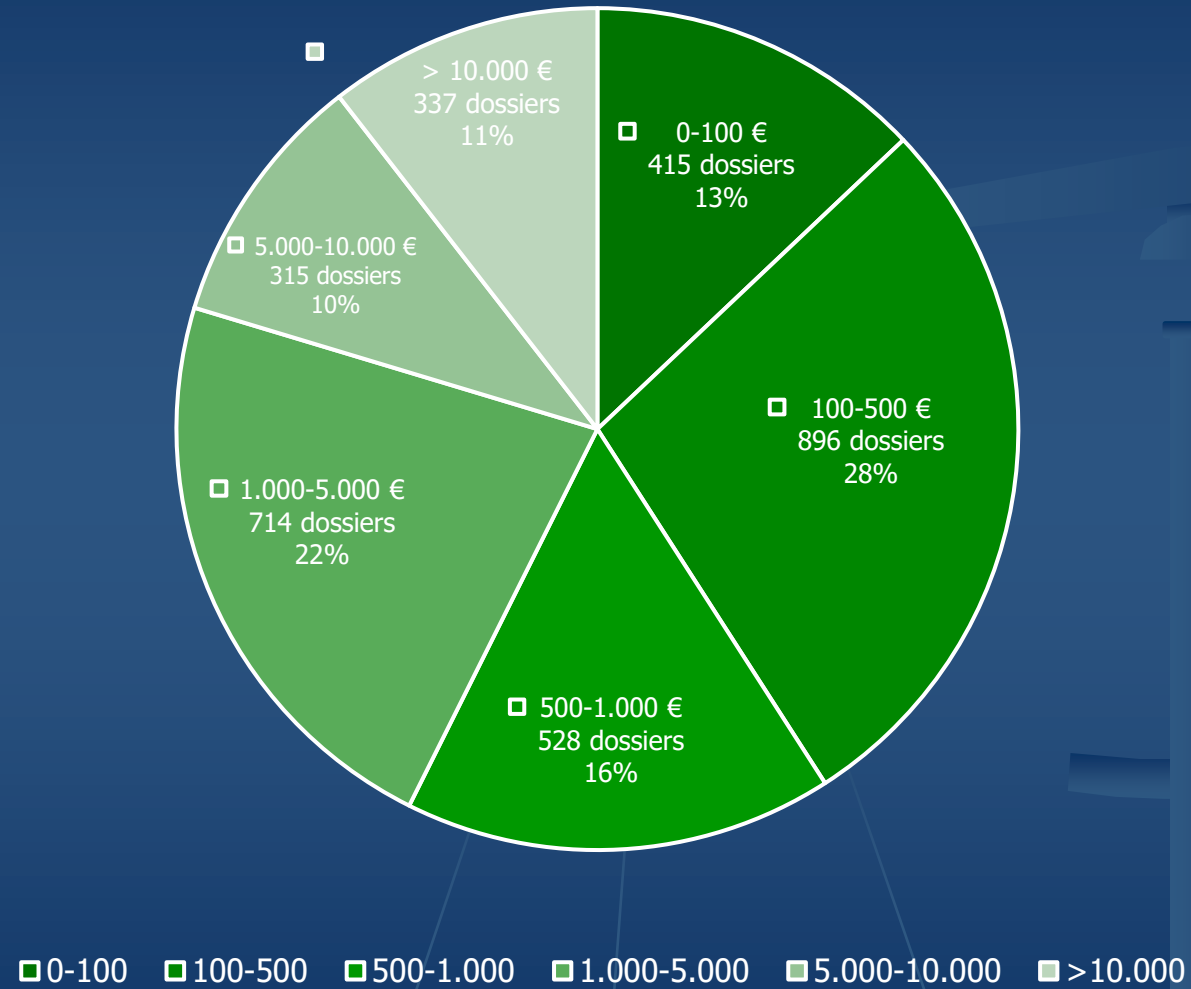
0 élément(s) trouvé(s) Présentation Liste complète 3

N° dépôt	Date	Type de dépôt	Détail	Dépôt	Certifié
La liste des dépôts est disponible uniquement lorsque vous êtes connecté sur le site.					

Statistiques

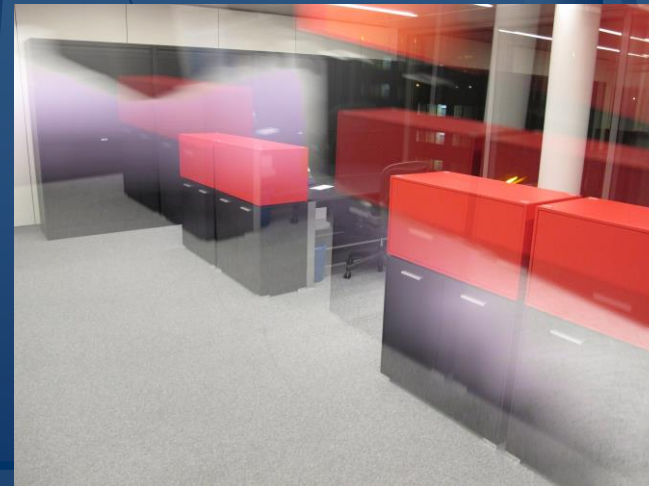
- Nombre de dossiers 3246
- Plus petite créance: 10,64 €
- Plus grande créance: 78.262.796 €
- Dossiers soldés en moy.: 46 jours
- Paiements reçus: 12.212 paiements
- Paiements: 0,02 € - 526.207 €

Statistiques Dossiers



L'organisation à l'étude

- 3 huissiers de justice
- 2 huissiers de justice suppléants
- 1 comptable
- 14 gestionnaires de dossiers
- 0 stagiaires
- 1 réceptionniste
- 1 chauffeur
- 1 femme de ménage
- 1 chien



Je suis à votre disposition

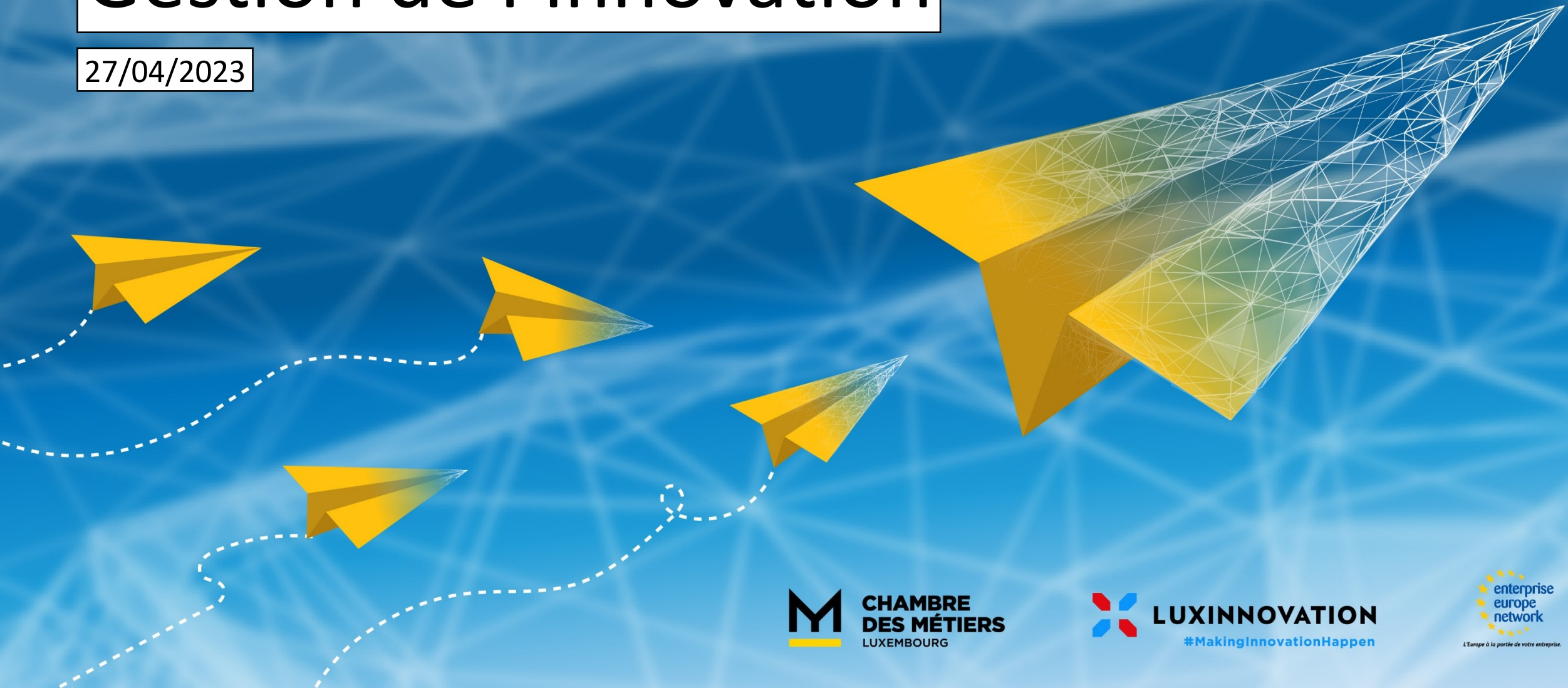


Carlos CALVO

Huissier de Justice, Luxembourg
carlos.calvo@huissier-luxembourg.com
www.huissier-luxembourg.com
(+352) 44 13 33 -1

Gestion de l'innovation

27/04/2023



Agenda

1

Qu'est-ce que l'innovation ?

2

Pourquoi innover ?

3

Pourquoi un système de gestion de l'innovation ?

4

Quels sont les facteurs importants ?

5

Comment Luxinnovation peut-elle aider ?

Qu'est-ce que l'innovation ?

Définition selon ISO 56000:2020

“Innovation = entité nouvelle ou modifiée réalisant ou redistribuant de la valeur”

- **Entité** = produit, service, processus, modèle, méthode, etc.
- **Valeur** = financière ou non financière (image, avantage stratégique, acquisition de savoir, propriété intellectuelle, etc.)
- Selon cette définition, *l'innovation* est le **résultat** d'un processus.
- La nouveauté de *l'entité* et le caractère de la *valeur* sont **relative** à l'entreprise qui crée cette innovation.

Pourquoi innover ?

Les entreprises sont faces à divers défis

- Comment rester compétitif vis-à-vis des concurrents à bas coûts ?
- Comment rester compétitif dans un environnement mondialisé ?
- Comment satisfaire des clients de mieux en mieux informés?

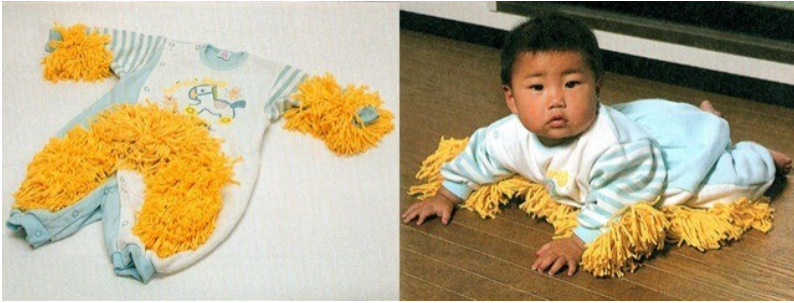


**L'innovation continue est la solution pour la rentabilité et la croissance !
L'excellence de l'innovation interne à l'entreprise est le facteur clé de la réussite.
Le dévouement, la créativité, la passion et la curiosité des employés font la différence.**

Pourquoi innover ?

... mais toutes les activités d'innovation ne sont pas couronnées de succès

- La majorité de toutes les idées d'innovation ne sont jamais commercialisées ! (Cooper, 2002)
- 25 à 45 % de tous les services marchands commercialisés échouent ! (Cooper, 2002)
- En Allemagne, environ 75 % de tous les nouveaux produits conçus pour un usage quotidien échouent (n-tv, 2005).
- Environ 90 % de toutes les nouvelles introductions sur le marché sont des produits « copy-paste" (Diebold, 1999).
- Une grande partie des produits et services commercialisés ne répondent pas aux besoins des clients (Wirtschaftswoche, 2005).



Serpillère



Baume à lèvres au goût de bacon



Allume cigarette



Cornet de glace rotatif



Pénicilline



Micro onde



Viagra



Vulcanisation

Planifiés mais avec un succès limité

Coïncidences « heureuses »

Pourquoi un système de gestion ?

La gestion de l'innovation vise à

- Passer d'une coïncidence "heureuse" à une conséquence gérée ;
- Réduire au minimum les risques liés à la recherche et au développement de nouveaux produits ;
- Utiliser de façon efficace les ressources disponibles ;
- Maximiser le taux de réussite des nouveaux produits et services ;
- Accélérer la mise sur le marché ;
- Créer la transparence dans les activités d'innovation (contrôle de gestion) ;
- Intégrer les activités d'innovation en tant que tâche permanente au sein de l'entreprise.

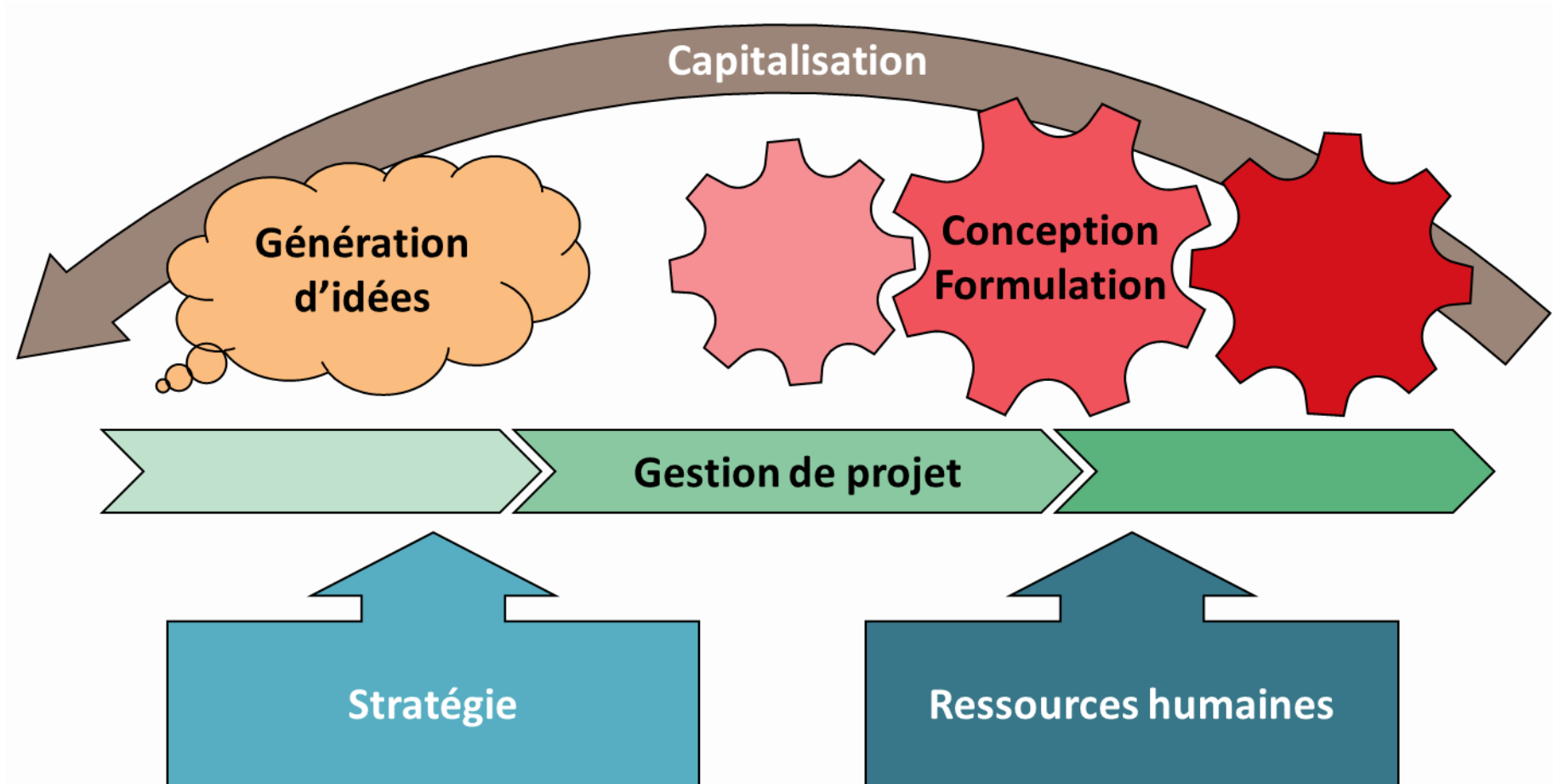
Pourquoi un système de gestion ?

ISO 56002 - un cadre uniforme, cohérent et commun pour une gestion de l'innovation

- Comme toute norme, elle crée un langage commun.
- La norme applique le cadre établi par l'ISO pour les normes relatives aux systèmes de management.
- La norme fournit des recommandations pour l'établissement, la mise en œuvre, la tenue à jour et l'amélioration continue d'un système de management de l'innovation.

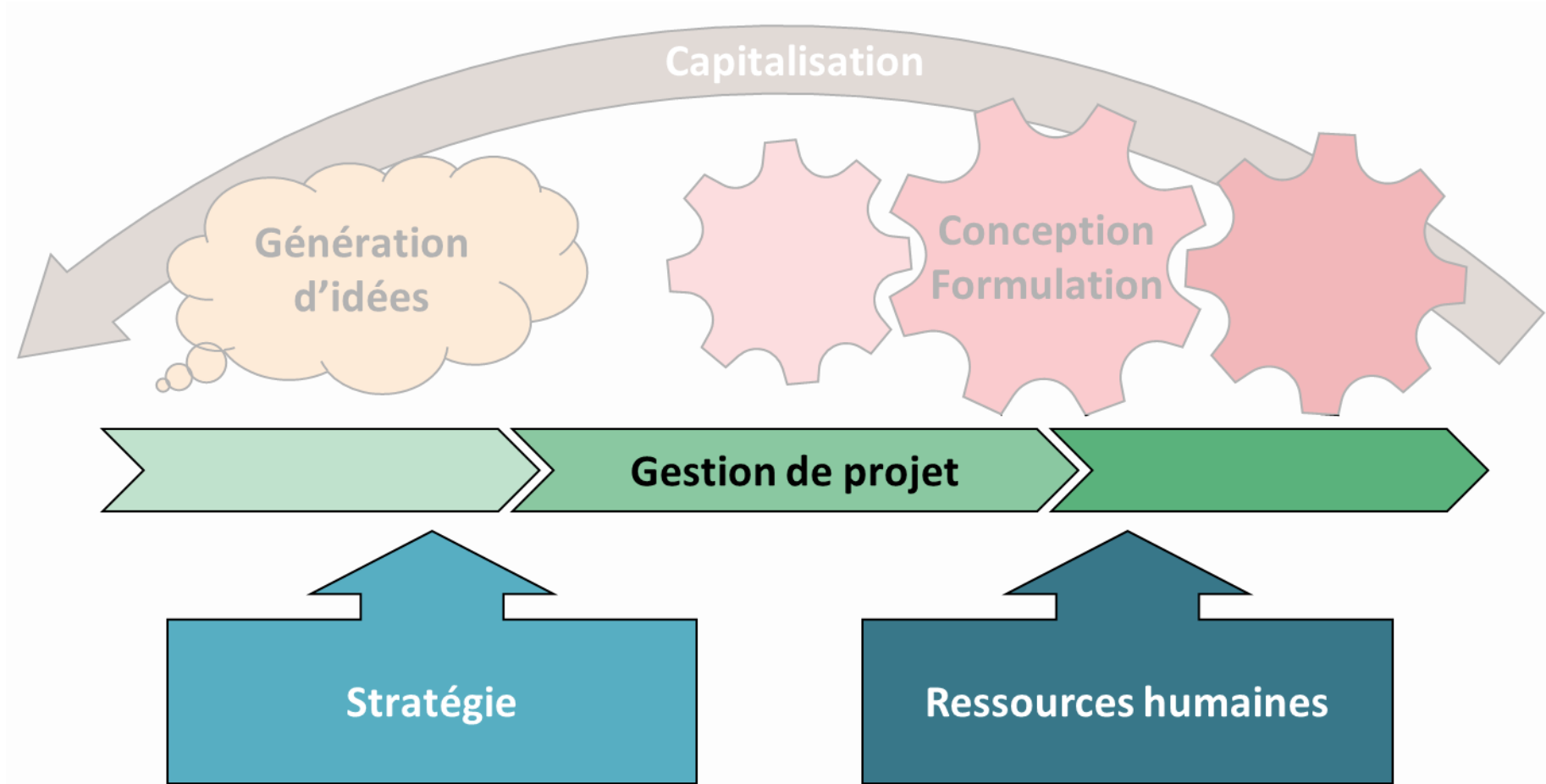
Quels sont les facteurs importants ?

Un système de gestion performant couvre 6 dimensions



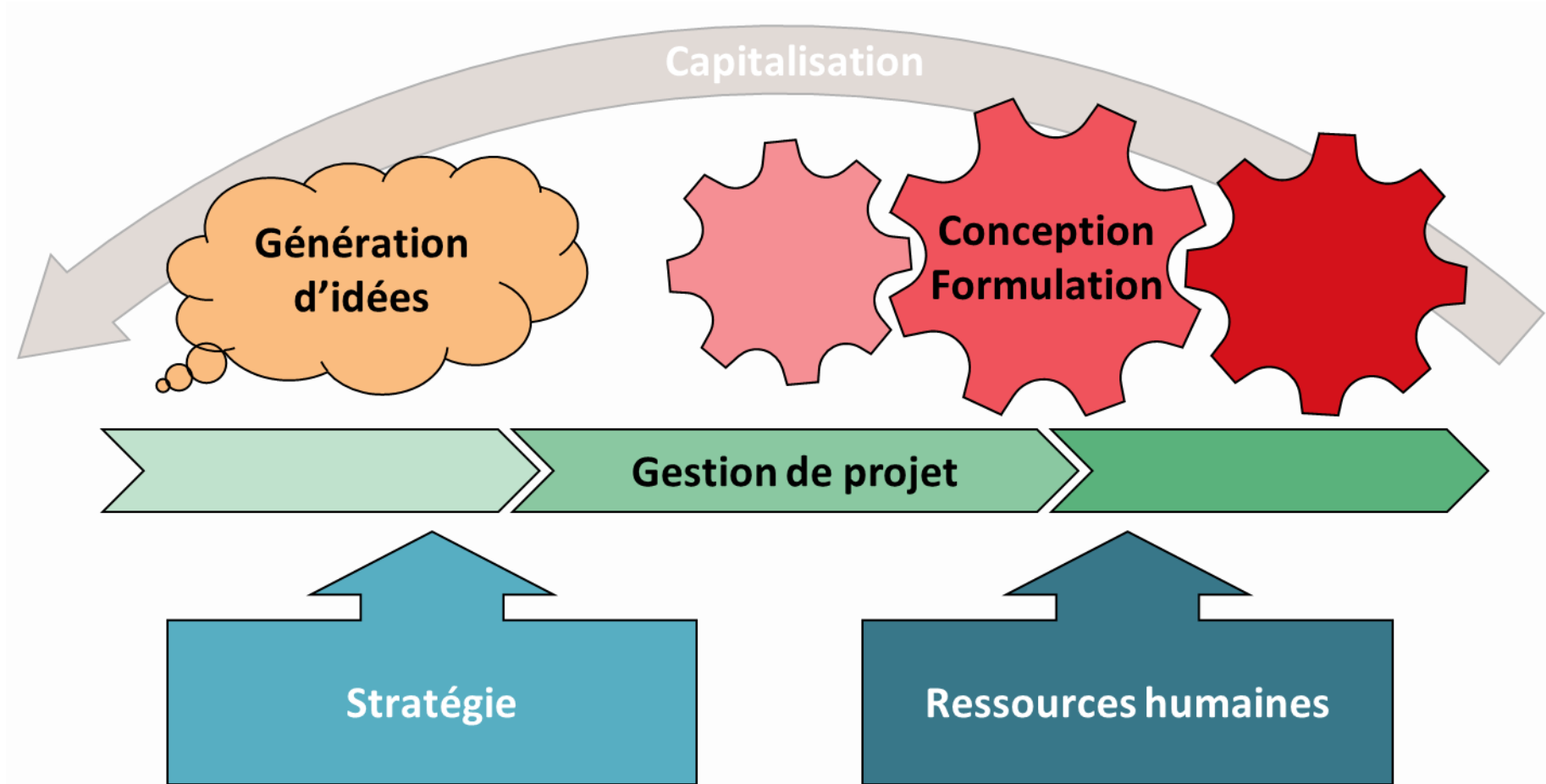
Quels sont les facteurs importants ?

Un système de gestion performant couvre 6 dimensions



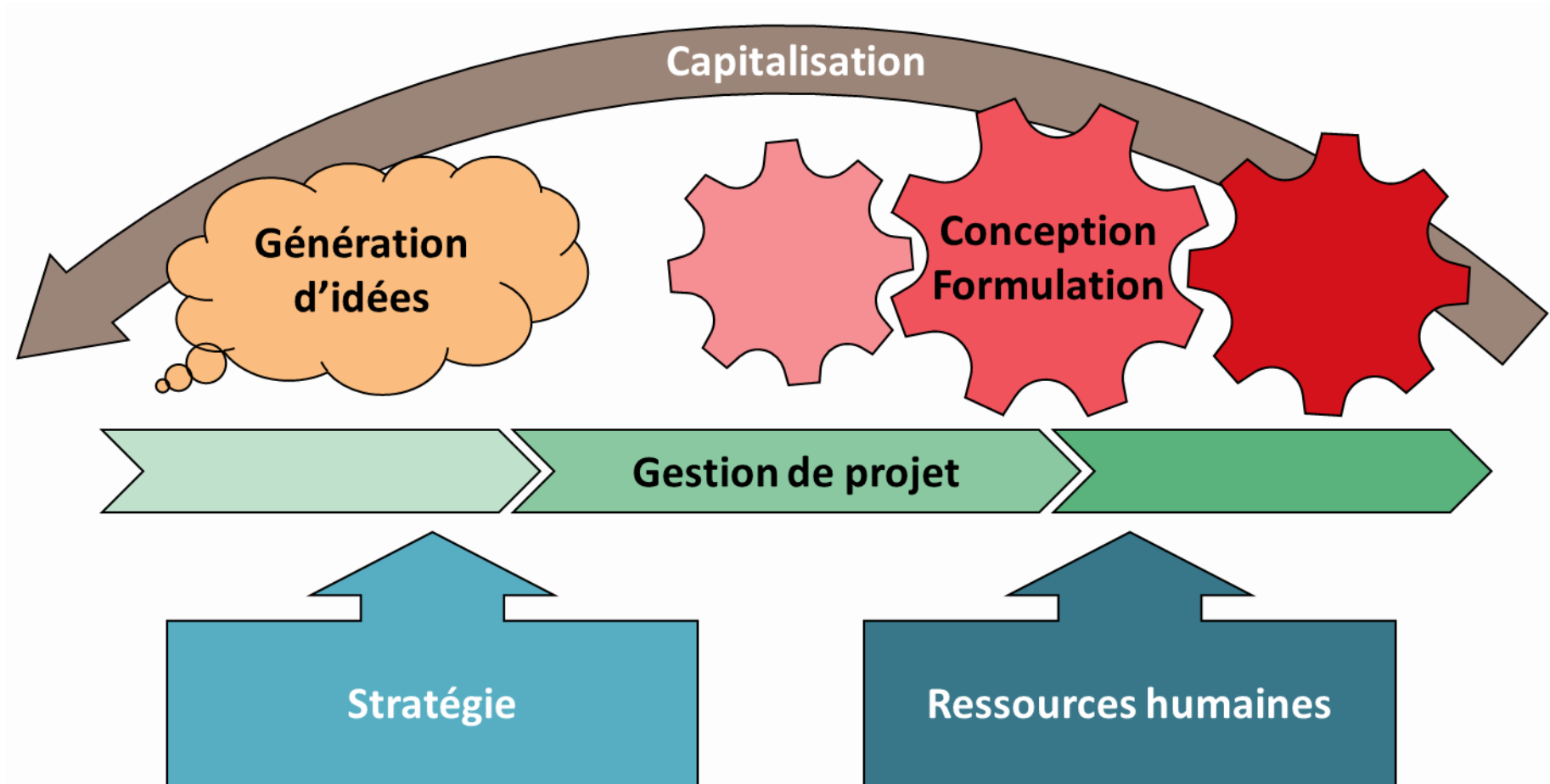
Quels sont les facteurs importants ?

Un système de gestion performant couvre 6 dimensions



Quels sont les facteurs importants ?

Un système de gestion performant couvre 6 dimensions



Stratégie

La base pour innover avec succès est une stratégie d'innovation qui est clairement définie et communiquée en interne.

- La **vision stratégique** est mise « sur papier » et sert comme cadre à toutes vos activités d'innovation ;
 - BMC, SWOT, modèle des cinq forces de Porter, PESTEL, etc.
- Travailler avec des **partenariats** permet de regrouper les compétences et les ressources et de partager les risques ;
 - Clients/fournisseurs, fédérations, Enterprise Europe Network, etc.
- Un **budget innovation** doit exister et chaque projet doit faire l'objet d'un plan de financement.
 - Loi RDI, Horizon Europe, Interreg, etc.

Ressources humaines

L'introduction d'une culture d'entreprise favorisant l'innovation est une autre base importante de la gestion de l'innovation.

- L'innovation est associée au risque, il est donc important d'**encourager** l'initiative et la prise de risques de la part des employés ;
 - Processus d'accompagnement, récompenses, etc.
- Une bonne **communication interne** permet de mobiliser plus largement les collaborateurs ;
 - Change Management, etc.
- La **formation continue** permet le développement des compétences nécessaires et favorise également la motivation.
 - House of Training, INFPC co-financement, etc.

Gestion de projet

Le développement d'une innovation est gourmand en ressources et en temps, ces projets doivent donc être gérés efficacement.

- Les projets sont **priorisés** selon votre stratégie ;
- Une **approche systématique** et un contrôle des activités sont nécessaires pour mener à bien un projet ;
 - Stage-Gate, outil de planification de processus, etc.
- Pour chaque projet le rôle de chacun et les indicateurs de réussite doivent être **clairement définis** ;
 - Stage-Gate, outil de planification de processus, etc.

Génération d'idées

Une innovation commence par une idée.

- Tous les **employés** ont une capacité créative et elle peut être stimulée ;
 - Brainstroming, Design Thinking, TRIZ, etc.
- Les **clients** et les **fournisseurs** sont des bons générateurs d'idées, il est important de les inclure dans le processus ;
 - Analyse de marché, etc.
- Il est important de mettre en place un **système de veille** afin de suivre les évolutions juridiques, commerciales ou technologiques.
 - Salons, presse spécialisée, Club Innovation, Luxinnovation Cluster, etc.

Conception / Formulation

Le passage d'une idée à une innovation nécessite une grande variété de ressources.

- Il est important de constituer une **équipe** permanente qui s'occupe des activités d'innovation
- Chaque étape de la mise en œuvre est soutenue par des **méthodes** éprouvées et des **outils** (numériques)
 - Enquêtes clients, AMDEC, etc.
 - Les outils numériques tels que les logiciels de simulation peuvent aider à accélérer le développement, réduire les coûts de test, faciliter la collaboration, etc.

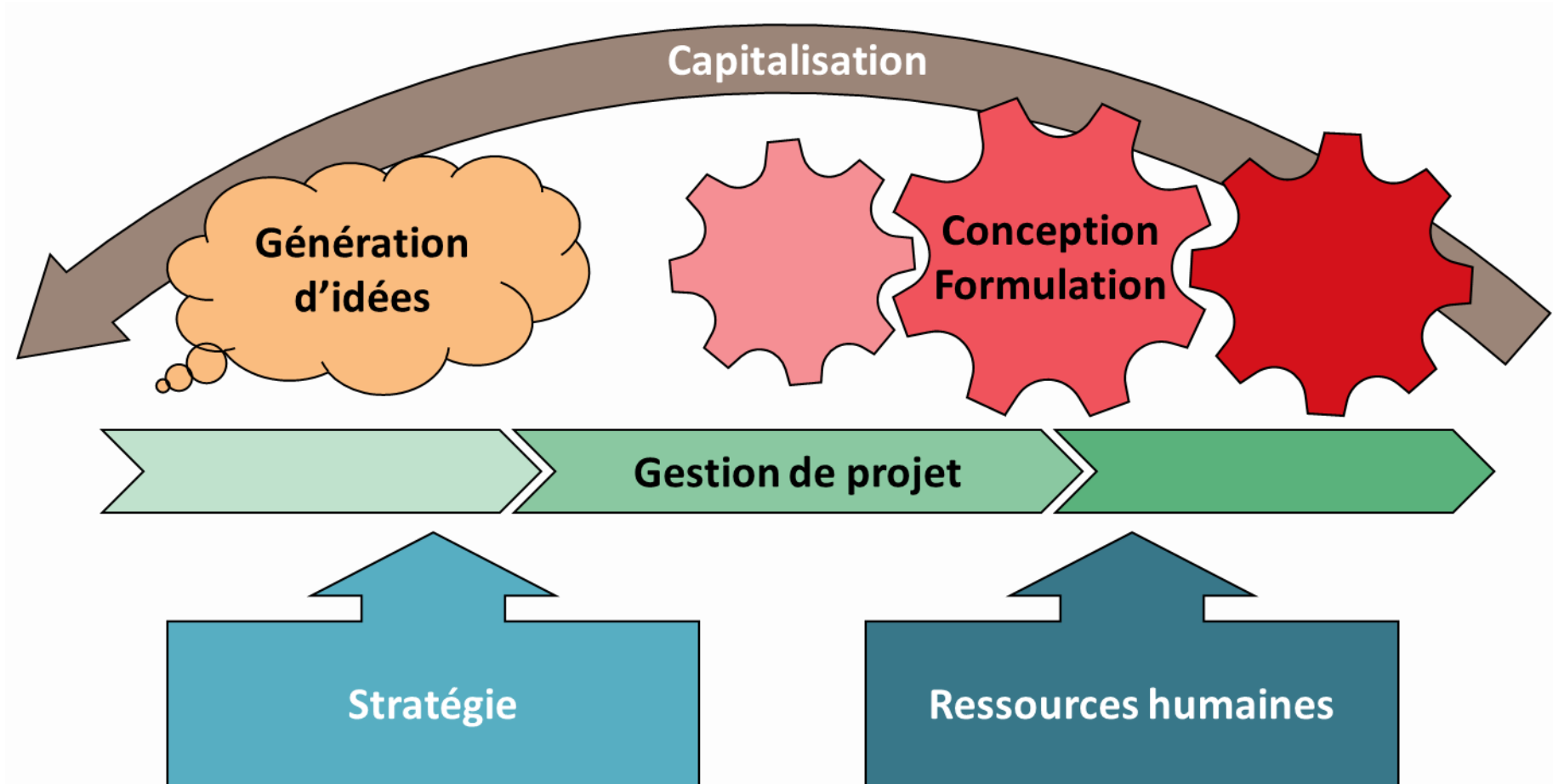
Capitalisation

L'amélioration continue du processus d'innovation est importante afin d'augmenter l'excellence des innovations dans l'entreprise.

- L'innovation est un **processus cyclique** qui se répète à chaque projet et peut donc être amélioré
- L'entreprise doit s'assurer que les connaissances acquises sont **partagées et restent** dans l'entreprise

Quels sont les facteurs importants ?

Un système de gestion performant couvre 6 dimensions



Comment LXI peut-elle aider ?

Résumé

- Les nouveaux défis (comportements consommateurs, marchés, chaînes d'approvisionnement, etc.) imposent aux entreprises d'aller au-delà de la qualité ;
- L'innovation est le résultat d'un processus qui doit être maîtrisé ;
- Et qui nécessite la mise en place d'un système de gestion de l'innovation.

Comment LXI peut-elle aider ?

Supports possibles

- Questionnaires en ligne
- En se basant sur le résultat du questionnaire et l'échange avec l'entreprise, nous vous proposerons des mesures concrètes et personnalisées, et vous accompagnerons dans leur mise en œuvre
- Loi PME et/ou loi RDI, programmes Fit 4, réseau EEN, clusters Luxinnovation, etc.

Thank you!

■ Claude Hostert

- Luxinnovation GIE
- (+352) 43 62 63 - 885
- claude.hostert@luxinnovation.lu



www.luxinnovation.lu



Luxinnovation



@Luxinnovation
@LuxTradeInvest



@Luxinnovation
@LuxTradeInvest

Öffentlichen Ausschreibungen in der Großregion

Festival vom Handwerk
Chambre des Métiers Luxembourg

27.04.2023



Rechtliche Grundlagen für die grenzüberschreitende Beteiligung an öffentlichen Ausschreibungen

- **EU-Richtlinien zum Vergaberecht**
 - Richtlinie 2014/24/EU über die Vergabe öffentlicher Aufträge
 - Richtlinie 2014/25/EU über die Vergabe von Aufträgen durch Auftraggeber im Bereich der Wasser-, Energie- und Verkehrsversorgung sowie der Postdienste (Sektoren-Richtlinie)
 - Richtlinie 2014/23/EU über die Vergabe von Konzessionen (Konzessions-Richtlinie)

□ Vergabegrundsätze

- Wettbewerbsgrundsatz
- Transparenzgrundsatz
- Gleichbehandlungsgrundsatz
- Wirtschaftlichkeitsgrundsatz
- Berücksichtigung mittelständischer Interessen
- Berücksichtigung strategischer Ziele (Innovation, soziale und umweltbezogene Aspekte)

□ EU-Schwellenwerte

	Bauleistungen	Liefer- und Dienstleistungen		
Auftrag- geber	Allgemein, Regierungen und Sektoren	Allgemein	Regierungen	Sektoren
Schwellen- wert	5.382.000	215.000	140.000	431.000

Nettoauftragswerte!

- **Binnenmarktrelevanz**
 - betrifft auch Aufträge, die die EU-Schwellenwerte nicht erreichen
 - Aufträge in grenznahen Regionen
 - Mitteilung der EU-Kommission (auf der Rechtsprechung des EuGH basierend)
 - Veröffentlichung einer hinreichend zugänglichen Bekanntmachung
 - Ausschreibungen dürfen keine Anforderungen enthalten, die nur von nationalen Bietern erfüllt werden können
 - angemessene Fristen für die Angebotsabgabe

- **Vergaberechtliche Besonderheiten in den einzelnen Ländern beachten**
 - Luxemburg: Loi sur les marchés publics du 8 avril 2018, Règlement grand-ducal du 8 avril 2018 - <https://marches.public.lu> > Législation
 - Deutschland: Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen - 4. Teil (GWB), Vergabeverordnung (VgV), Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen (VOB), Unterschwellenvergabeordnung (UVgO) - <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Wirtschaft/vergabeuebersicht-und-rechtsgrundlagen.html>
 - Frankreich: Code de la commande publique, Décret n° 2018-1225 du 24 décembre 2018 portant diverses mesures relatives aux contrats de la commande publique, Décret n° 2019-259 du 29 mars 2019 portant modification de diverses dispositions codifiées dans la partie réglementaire du code de la commande publique - <https://www.economie.gouv.fr/daj/textes-marches-publics>
 - Belgien: Loi du 17 juin 2017, Arrêté royal du 18 avril 2017 - <https://bosa.belgium.be/fr/themes/marches-publics>

- **Aktuell: Ukraine-Krieg**
 - Material-/ Baustoffpreissteigerungen
 - Betriebsstoff- und Energiepreissteigerungen
 - Preisanpassung in Verträgen
 - Luxemburg: Außerordentliche Preisanpassung (Ministerielle Bekanntmachung vom 31. März 2022)
 - Deutschland: Erlasse auf Bundes-/Landesebene, Möglichkeiten der vertraglichen Preisanpassung, Stoffpreisgleitklauseln in den Angebotsunterlagen

- **Belgien: Zulassung für Bauunternehmen (Agréation)**
 - verpflichtend für die Teilnahme an Ausschreibungen im Baubereich, deren Wert 75.000 Euro (netto) überschreitet
 - entsprechend des Auftragswertes gibt es folgende Klassen:
 - Klasse 1: bis 135.000 Euro
 - Klasse 2: bis 275.000 Euro
 - Klasse 3: bis 500.000 Euro
 - Klasse 4: bis 900.000 Euro
 - Klasse 5: bis 1.810.000 Euro
 - Klasse 6: bis 3.225.000 Euro
 - Klasse 7: bis 5.330.000 Euro
 - Klasse 8: ab 5.330.000 Euro

- **Belgien: Zulassung für Bauunternehmen (Agréation)**
 - Zulassung für eine bestimmte Klasse hängt von der finanziellen Ausstattung des Unternehmens ab
 - Unternehmen muss Nachweis erbringen, dass Aufträge in der jeweiligen Höhe erfolgreich durchgeführt wurden
 - Antrag für die Agréation müssen verschiedene Dokumente beigefügt werden
 - nach erfolgreicher Prüfung wird Bescheinigung für die Teilnahme an öffentlichen Bauaufträgen für einen Zeitraum von fünf Jahren ausgehändigt
 - Nähere Informationen:
<https://economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/secteurs-specifiques/qualite-dans-la-construction/agregation-des-entrepreneurs>

Erfolgreiche Auftragsrecherche in der Großregion

- Wo finde ich öffentliche Ausschreibungen?
 - Ausschreibungen **oberhalb** der EU-Schwellenwerte:
 - zentrale Veröffentlichung in der europaweiten TED-Datenbank (Tenders Electronic Daily)
 - <https://ted.europa.eu>
 - Ausschreibungen **unterhalb** der EU-Schwellenwerte:
 - Veröffentlichung nach nationalen Vorschriften
 - Internet, Tageszeitungen, ...

Erfolgreiche Auftragsrecherche

<https://ted.europa.eu>

The screenshot shows the TED website interface. At the top, there is a search bar with the text "TED nach öffentlichen Ausschreibungen durchsu" and buttons for "Erweiterte Suche" and "Expertensuche". Below the search bar, there are navigation tabs for "EUROPA", "TED-Startseite", and "Erfüllungsort (Karte)". The main content area is divided into several sections:

- 081 ABl. S - 2023**: Aktuelle Ausgabe, Nächste Aktualisierung: 26/04/2023.
- Veröffentlichungskalender**: A calendar icon.
- Durchblättern**: A list of filters including "Geschäftsmöglichkeit", "Wirtschaftszweig (CPV)", "Erfüllungsort (NUTS)", and "Erfüllungsort (Karte)".
- Suche**: A search section with options for "Erweiterte Suche" and "Expertensuche".
- Aufträge von EU-Institutionen**: A list of EU institutions.
- RSS-Feeds**: A list of RSS feeds.
- Was versteht man unter RSS?**: A link to a guide.
- Mein TED**: A section for user settings, including "Anmelden" and "Hier registrieren".
- Einstellungen**: A list of settings including "TED-Teildatensätze in CSV-Formaten", "Scoreboard zum öffentlichen Auftragswesen", "Beziehungen zum Vereinigten Königreich", and "Nachrichten zum Portal".

Below the filters, there is a message: "Die Sprache der Benutzerschnittstelle wurde erfolgreich in 'Deutsch' geändert." and a "Suchbereich" section with radio buttons for "Aktuelle Ausgabe des Amtsblatts S" and "Aktive Bekanntmachungen".

The main feature is a map of Europe titled "Erfüllungsort (Karte)". The map shows the continent of Europe with a legend indicating the number of tenders in each country. The legend shows "0" and "from 1 to 6057". The map is interactive, with a sidebar on the right containing navigation icons.

Erfolgreiche Auftragsrecherche

- Welche öffentlichen Auftraggeber gibt es?
 - Institutionelle öffentliche Auftraggeber (Ministerien, Städte, Gemeinden, ...)
 - EU-Institutionen
 - NATO
 - Körperschaften des öffentlichen Rechts
 - Körperschaften des privaten Rechts
 - Sektorenauftraggeber

Erfolgreiche Auftragsrecherche

- Ausschreibungsmedien für Luxemburg
 - Portail des Marchés Publics: <https://marches.public.lu>

- Ausschreibungsmedien für Deutschland
 - Portal "bund.de - Verwaltung Online": <https://www.service.bund.de>
 - Vergabemarktplatz Rheinland-Pfalz: <https://www.vergabe.rlp.de>

- Ausschreibungsmedien für Frankreich
 - Bulletin Officiel des Offres et des Annonces des Marchés Publics (BOAMP): <https://www.boamp.fr>

- Ausschreibungsmedien für Belgien
 - Bulletin des Adjudications: <https://enot.publicprocurement.be>

Avis de marché

Procédure : européenne ouverte

Type de marché : Travaux

Modalités d'ouverture des offres :

Date: 23/05/2023 Heure: 10:00

Lieu: Administration Communale de Steinsel (PMP)

SECTION II: OBJET DU MARCHÉ

Intitulé attribué au marché : NOUVELLE ECOLE A STEINSEL

Description succincte du marché : Installations de chauffage et de ventilation et sanitaires

- 1 pompe à chaleur 80 KW
- 1.900 m2 chauffage par le sol
- 1 installation de ventilation 10.000 m3/h
- 80 appareils sanitaires
- 1 installation récupération eaux pluviales
- 350 m de conduites de chauffage/sanitaires avec isolation DN 15 - DN 80
- 200 m de conduites d'évacuation DN 40 – DN 100

b) Vergabeverfahren **Öffentliche Ausschreibung, VOB/A**

Vergabenummer **VGR/FB3/2023/018**

c) Angaben zum elektronischen Vergabeverfahren und zur Ver- und Entschlüsselung der Unterlagen

Zugelassene Angebotsabgabe

- elektronisch
 - in Textform
 - mit fortgeschrittener/m Signatur/Siegel
 - mit qualifizierter/m Signatur/Siegel
- schriftlich

d) Art des Auftrags

- Ausführung von Bauleistungen
- Planung und Ausführung von Bauleistungen
- Bauleistungen durch Dritte (Mietkauf, Investor, Leasing, Konzession)

e) Ort der Ausführung

Friedhofstraße 32, 54317 Osburg
Kindertagesstätte St. Clemens

f) Art und Umfang der Leistung, ggf. aufgeteilt nach Losen

Tür- und Fensterarbeiten

□ EU-Institutionen in Luxemburg

- Generalsekretariat des Europäischen Parlaments
- Generaldirektion sowie Dienststellen der Europäischen Kommission
- Europäischer Gerichtshof
- Europäischer Rechnungshof
- Europäische Investitionsbank und Europäischer Investitionsfonds
- Eurostat
- Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union
- Übersetzungszentrum für die Einrichtungen der Europäischen Union

- Europäische Finanzstabilisierungsfazilität (EFSF)
- Europäischer Stabilitätsmechanismus (ESM)
- Exekutivagentur für Gesundheit und Verbraucher (EAHC)
- Euratom-Versorgungsagentur

- **Ausschreibungen der EU-Institutionen**
 - wie andere öffentliche Institutionen benötigen auch die EU-Institutionen Produkte und Dienstleistungen für ihren täglichen Betrieb und zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben
 - Spektrum der Produkte und Leistungen: IT, Büroartikel, Betriebskindergarteneinrichtungen, Sicherheitsdienste, Veranstaltungstechnik, Übersetzungsdienstleistungen, Studien und Evaluierungen, Bauleistungen...
 - die EU-Institutionen haben kein eigenes Vergaberecht, maßgeblich ist das Vergaberecht des Landes, in dem die jeweilige EU-Institution ihren Sitz hat

- **Ausschreibungsverfahren der EU-Institutionen**
 - Zur Steigerung der Verfahrenseffizienz wenden die EU-Institutionen
 - das short list-Verfahren (bei kleineren Beschaffungsvorgängen)
 - und Rahmenvereinbarungen (bei regelmäßig wiederkehrenden Beschaffungsvorgängen) an
 - Für einmalige Beschaffungen über den EU-Schwellenwerten werden die Aufträge einzeln über die TED-Datenbank ausgeschrieben.

□ Das short list-Verfahren

- Aufruf zur Interessenbekundung in der TED-Datenbank
- Unternehmen können Interessenbekundungen einreichen und werden nach Überprüfung der Eignung in eine Liste aufgenommen
- die Liste hat eine Gültigkeitsdauer von 4 Jahren (ab dem Datum der Absendung der Bekanntmachung an das Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union)
- Bewerbungen zur Eintragung auf der Liste können bis 3 Monate vor Ablauf der Geltungsdauer dieser Liste zu jedem Zeitpunkt eingereicht werden

- Es gibt zwei wichtige Beschaffungsagenturen der NATO:
 - **NATO Communications and Information Agency (NCI Agency) - Brüssel**
IT-Beschaffung und Betrieb für die NATO-Kommandostruktur bietet den Unternehmen Rahmenverträge für den Einkauf nicht-militärischer Ausrüstungen, genannt BOA (Basic Ordering Agreement)
www.ncia.nato.int
 - **NATO Support and Procurement Agency (NSPA) - Capellen**
ist für Wartungs- und Instandhaltungsaufträge von Einrichtungen und Systemen zuständig und schreibt neben Ausrüstung und Ersatzteilen technische Beratungsleistungen aus
die Aufträge werden in der Regel im internationalen Wettbewerb (ICB – International Standard Competitive Bidding) ausgeschrieben
www.nspa.nato.int

- **Veille sur les marchés publics / Recherchedienst für öffentliche Ausschreibungen**, in Kooperation mit der Chambre des Métiers Luxembourg
 - Ausschreibungen aus der Großregion (Rheinland-Pfalz, Saarland, Luxemburg, Lothringen, Wallonien) unterhalb der EU-Schwellenwerte
 - europaweite Ausschreibungen aus der TED-Datenbank
 - tagesaktuelle Zustellung per E-Mail
 - Möglichkeit, den Recherchedienst im Rahmen eines Probeabonnements kennenzulernen

Erfolgreiche Angebotsabgabe

□ Vergabearten

- Öffentliche Ausschreibung, Procédure ouverte (Offenes Verfahren)
- Beschränkte Ausschreibung, Procédure restreinte (Nicht Offenes Verfahren)
 - mit / ohne vorherige Bekanntmachung
- Freihändige Vergabe, Procédure négociée (Verhandlungsverfahren)
 - mit / ohne vorherige Bekanntmachung
- Wettbewerblicher Dialog, dialogue compétitif

- **Wertungsstufen im Vergabeverfahren**
 - zwingende oder fakultative Ausschlussgründe
 - formale Ausschlussgründe
 - Prüfung der Angemessenheit des Preises
 - das wirtschaftlich günstigste Angebot

- **Einheitliche Europäische Eigenerklärung (EEE)**
 - EEE ist ein in allen EU-Mitgliedstaaten einheitliches Formular zur Eigenerklärung
 - die EEE stellt einen vorläufigen Beleg der Eignung eines Unternehmens und des Nichtvorliegens von Ausschlussgründen dar und ersetzt vorläufig die Vorlage von Nachweisen
 - Befähigung zur Berufsausübung
 - Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit
 - Technische und berufliche Leistungsfähigkeit

- **E-Certis Datenbank der EU**
 - Online-Katalog der in den EU-Mitgliedstaaten am häufigsten verlangten Unterlagen zur Beteiligung an Ausschreibungsverfahren
 - <https://ec.europa.eu/tools/ecertis>

- **EU-Richtlinie zur elektronischen Rechnungsstellung bei öffentlichen Aufträgen (Richtlinie 2014/55/EU)**
 - Umsetzung in nationales Recht
 - Strukturierte elektronische Rechnungen (als XML-Datei)
 - Luxemburg: Gesetz vom 13. Dezember 2021 zur Änderung des Gesetzes vom 16. Mai 2019 über die elektronische Rechnungsstellung im Rahmen von öffentlichen Aufträgen und Konzessionsverträgen
 - Deutschland: seit 27. November 2020 gilt die E-Rechnungspflicht für Bundesbehörden

- **Marketing-Strategien bei Öffentlichen Aufträgen**
 - Darstellung der eigenen Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit
 - Referenzliste als „Signal“
 - Produktinformationen
 - Aufnahme in Unternehmer-/Lieferantenverzeichnisse
 - Compliance-Risiken beachten

- **Tipps für einen guten Start im Ausland**
 - Zulassungsvoraussetzungen für die jeweiligen Länder klären (Meldepflichten bei örtlichen Behörden, Schutzvorschriften des Arbeitsrechts, Entsendemitteilung, umsatzsteuerliche Registrierung, DBA-Regelungen)
 - Kooperationspartner suchen (z.B. Bietergemeinschaft)
 - rechtliche Besonderheiten beachten (Vergabe- und Vertragsrecht)
 - auf Netzwerke zurückgreifen (z.B. Enterprise Europe Network, <https://een.ec.europa.eu>)

- Kontaktdaten

- IHK/HWK-Auftragsberatungscentre Rheinland-Pfalz (abc)
EIC Trier - IHK/HWK-Europa- und Innovationscentre GmbH
Ansprechpartnerin: Dagmar Lübeck
Herzogenbuscher Str. 14
D - 54292 Trier

Tel. 0651-97567-16

Fax 0651-97567-33

E-Mail: luebeck@eic-trier.de

<https://www.eic-trier.de>

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

CLUB CREATEUR

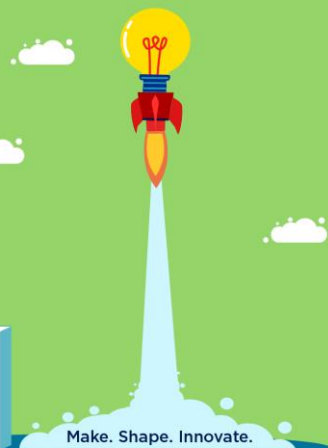


**CHAMBRE
DES MÉTIERS**
LUXEMBOURG

**FESTIVAL VUM
HANDWIERK**

Eng Geschierkëscht fir d'Zukunft

27.04.2023 - 12h00



Make. Shape. Innovate.

Les assurances obligatoires d'une entreprise artisanale

Séance du 27 avril 2023

Département Contact Entreprise

Assurances pour entreprises et indépendants

2

Agence Générale Santer et Dohm S.à r.l.

7, Grand-Rue L-6730 Grevenmacher

Tel.: 71 91 41

Email: santer-dohm@agence.lalux.lu

www.santer-dohm.lu

Assurance Responsabilité Civile

3

- RC Exploitation
- RC Après Livraison
- RC Objets Confiés
- RC Pollution Accidentelle
- RC Protection Juridique

- assure les dommages causés à des tiers par le personnel de l'entreprise aux personnes physiques et biens meubles ou immeubles
 - p.ex. votre client tombe dans vos locaux
- assure les dégâts causés par le chargement et déchargement du matériel/marchandises par le personnel; grues et machines automotrices
 - p.ex. vous faites une griffe dans la voiture de votre client en déposant un objet
- assure les dommages causés par la propriété de l'exploitant
 - p.ex. vous êtes propriétaire de votre magasin et une tuile tombe à cause du vent sur la voiture de votre voisin

RC- Après Livraison

5

- période décennale à partir de l'achèvement des travaux
- vice propre de la chose livrée
- intoxications alimentaires

RC- Objets Confiés

6

dommages matériels ou immatériels subis par des objets à une malfaçon, faute, erreur ou négligence dans l'exécution des travaux

p.ex. si vous posez des plâtres qui ne sont pas correctement alignés, la repose est exclus dans cette garantie! Mais s'il faut refaire p.ex. la chape à cause de la colle, le changement de la chape est assuré.

RC- Pollution Accidentelle

7

assure la pollution accidentelle et soudaine de l'atmosphère, des eaux et du sol.

p.ex. votre réservoir de mazout du chauffage a une fuite

RC- Protection Juridique

8

- la compagnie assure les frais et honoraires, enquêtes, expertises suite à un dommage assuré.
- la défense même après un dommage assuré est assuré par la garantie RC Exploitation.
- en cas de poursuite pénale, les amendes et les dépenses sont exclus!

Assurance de choses

9

- Bâtiment ou Risque Locatif
- Matériel
- Marchandises
- Chômage Commercial

Bâtiment ou Risque Locatif

10

Ce volet assure le bâtiment comme propriétaire ou locataire

Les garanties assurées sont:

- incendie
- dégâts des eaux
- bris de glaces
- périls climatiques (uniquement pour les propriétaires)
 - l'extension inondation est un supplément!

Matériel

11

Le matériel comprend tous les objets en possession de la société.
P.ex. meubles, matériel de travail, machines, etc.

Les garanties assurées sont:

- incendie
- dégâts des eaux
- bris de glaces
- vol et détériorations immobilières
- périls climatiques
 - l'extension inondation est un supplément!

Le matériel en stock dédié pour la vente

Les garanties assurées sont:

- incendie
- dégâts des eaux
- bris de glaces
- vol
- périls climatiques
 - l'extension inondation est un supplément!

Chômage Commercial

13

Ce volet couvre l'incapacité de travailler dans les locaux après un dommage assuré

Garanties assurables:

- Incendie
- Dégâts des Eaux
- Périls Climatiques

Périodes assurables:

3, 6, 9 et 12 mois

Options Assurables

14

- bris du matériel informatique
- bris du matériel professionnel
- transport
- baraque du chantier
- véhicules automoteurs sans immatriculation
(incendie et périls climatiques)
- etc

Assurances supplémentaires

15

- DKV indemnité journalière (uniquement pour l'indépendant)
- DKV maladie privée pour la direction / personnel
- Lalux-VIE régime complémentaire de pension pour indépendants
- Lalux-Vie plan de retraite pour la direction / personnel

Fin

MERCI



CDM.LU

Web Marketing Digital

La création de contenu en ligne

Quoi, Quand, Comment ?



Marie Krust

Marketing Expert

Commençons par...

Le contenu, c'est quoi ?





Web Marketing Digital Le contenu, c'est quoi ?

Un **contenu web**, c'est quoi ?

Par définition, le contenu web représente **ce que va contenir un site internet**. Ce contenu est primordial pour le référencement du site.

Exemple de contenu :

- Article de blog
- Contenu de page Web
- Landing page ou « page d'atterrissage »
- Vidéo, image
- Publication sur les réseaux sociaux
- ...





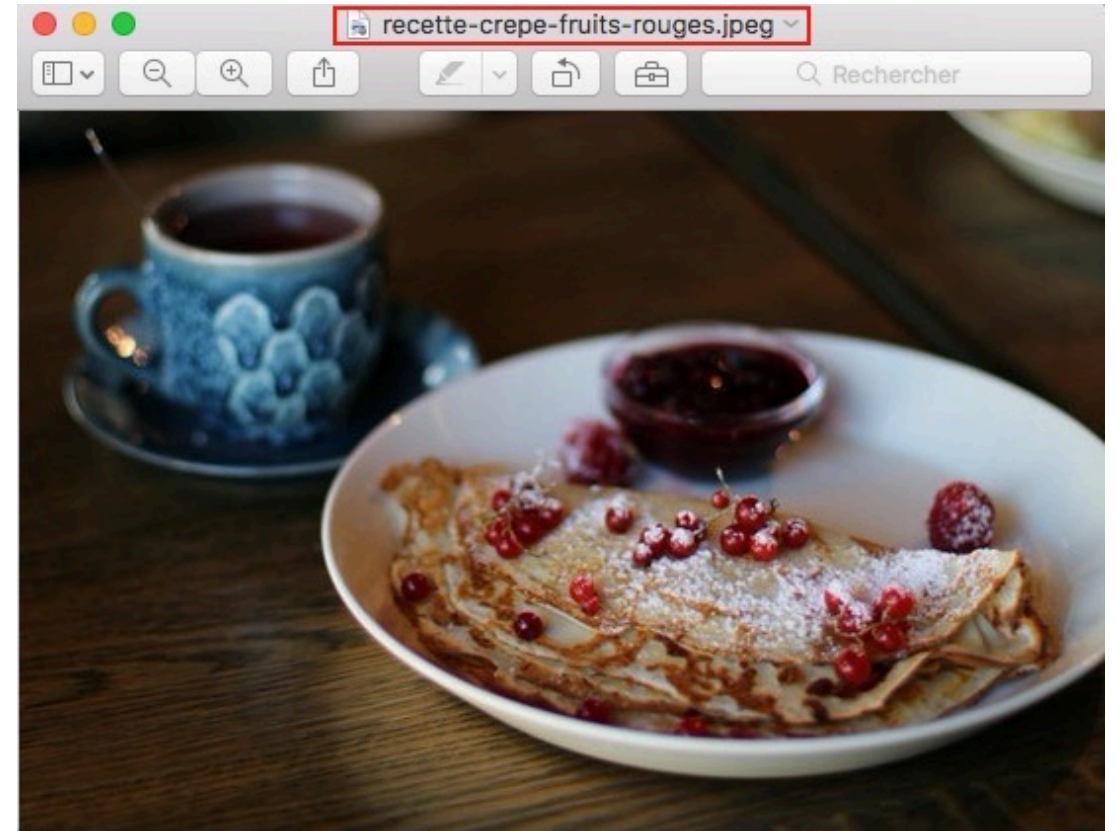
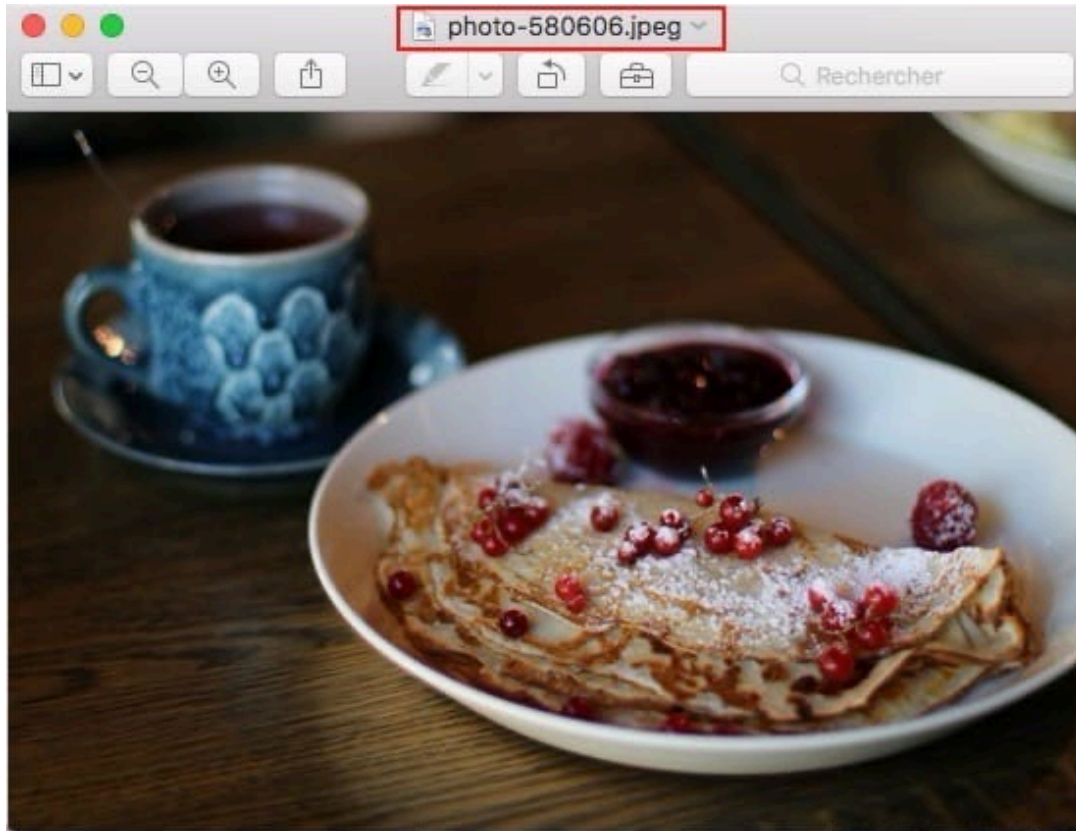
Les images, un autre type important de contenu web.

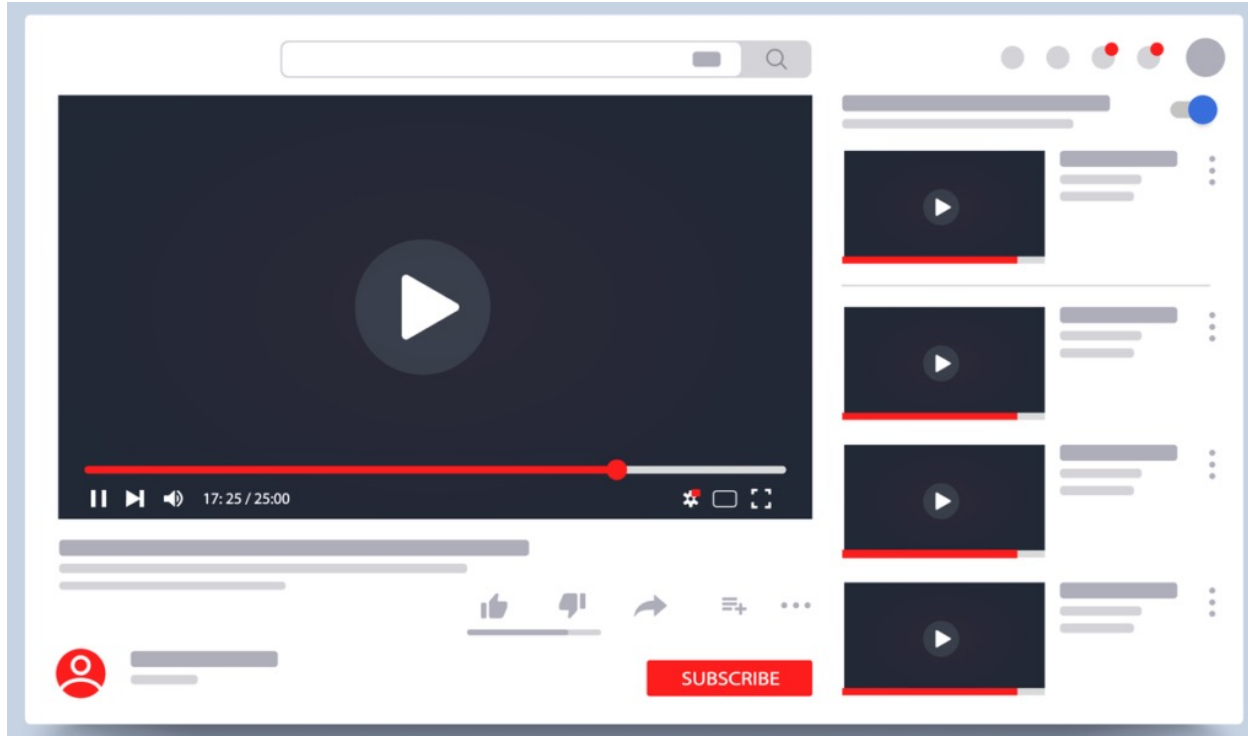
- Elles ajoutent un **intérêt visuel** à votre site, et elles peuvent aussi aider à expliquer ou à illustrer des concepts qui seraient difficiles à comprendre avec du texte seul.
- Elle contribue à **améliorer le référencement de votre site**, en offrant à Google une voie supplémentaire pour indexer le contenu de votre site.



Web Marketing Digital Le contenu, c'est quoi ?

Exemple : une image nommée "xxx325670002.jpg", ne sera pas référencée. Si on intitule notre image avec les mots clés que nous visons les moteurs de recherches comprennent très rapidement la thématique de notre page.





Les vidéos, un canal de visibilité supplémentaire à exploiter via le référencement.

Avec YouTube, Google dispose désormais de la plus grande plateforme de partage de vidéos au monde.

Cela signifie que Google peut **indexer et classer le contenu vidéo** de votre site, en plus du contenu textuel et des images.



Pourquoi créer du contenu Web ?

- **Améliorer votre positionnement SEO** dans les résultats de recherche
- **Faire la promotion** d'un nouveau produit ou d'un nouveau service
- **Développer votre notoriété** en ligne

Commençons par...

Le contenu, quand ?





Importance de la fréquence

Pourquoi ? une fréquence de publication régulière et structurée permet de **s'habituer à votre contenu** et mieux **comprendre** vos services.





Existe-t-il vraiment un **moment idéal** pour publier sur les réseaux sociaux ?

Cela n'est pas universel, car il y a bcp de variable. Mais voici quelques stats actuels :

- **Instagram** - entre 8 h et 12 h ou entre 16 h et 17 h, quel que soit le jour. Mercredi et jeudi sont les jours recommandés dans le monde entier pour poster sur Instagram. Dimanche : c'est la pire journée pour poster sur Instagram.
- **Facebook** – 6 h 15 ou 12 h 15 en semaine - le lundi, mercredi, jeudi et vendredi.
- **LinkedIn** - entre 8 h et 11 h en semaine le mardi, mercredi et le jeudi



Poursuivons par...

Le contenu, comment ?

Les bonnes pratiques, conseils et exemples





Un **contenu de qualité** c'est quoi ...

- Un contenu qui va permettre aux moteurs de recherche de comprendre **votre message** et le relier aux **requêtes** des internautes
- Un contenu qui va convenir à **l'algorithme de Google** pour positionner efficacement le site
- Un contenu qui va contenir des **mots clés** dans les textes pour permettre à Google de les indexer.





Web Marketing Digital Le contenu, comment ?

Il est particulièrement important de se mettre à la place des internautes et de comprendre comment ils naviguent :

1. **Ce qu'ils cherchent** sur le web
2. **Ce qui les retient** sur une page web

D'après les études, les **3 premiers résultats** représentent donc quasiment **60% des clics** sur les moteurs de recherche.



Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?



Google services de peinture luxembourg Connexion

https://www.yellow.lu › recherche › Travaux de peinture
Travaux de peinture à Luxembourg - Annuaire Yellow.lu
Travaux de **peinture** à **Luxembourg** - grâce à l'annuaire Yellow.lu, trouvez les adresses, horaires, numéros de téléphone et site web de 20 professionnels.
★★★★★ Note : 5 · 1 vote

https://www.slpeinture.lu
SLP Peinture
Notre société est une entreprise générale de **peinture** spécialisée dans les travaux de rénovation et de décoration. Nous nous définissons comme une ...

Annonce · https://www.geimerpeinture.lu/entreprise/familiale
Peinture Geimer - Entreprise familiale
Peinture Geimer vous accompagne dans vos projets de rénovations é **peintures** depuis 60 ans. **Peinture**, rénovation de façade, fenêtres, moulures etc Demandez votre devis gratuit! Expérience de + 30 ans. Clients Satisfaits. Travail de Qualité. **Service** au Client.
[Contactez-nous](#) · [Travaux Intérieurs](#) · [Nos Réalisations](#) · [Travaux Extérieurs](#)

Annonce · http://www.peinture-theis.lu/
Artisan Peintre Luxembourg - Travaux de Peinture de Qualité
Vous êtes à la recherche d'un professionnel pour effectuer vos travaux de rénovation ? **Peinture** Theis vous accompagne dans la sélection et pose de votre **peinture** intérieure. Suivi précis de chantier. Devis gratuits et rapides. +22 ans d'expérience. Conseils personnalisés.

Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?



2 3 4 5

4 lignes sélectionnées Plan Nouveau groupe d'annonces Requête large Ajouter des mots clés pour créer le plan

<input type="checkbox"/>	Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)	État du compte
Mots clés que vous avez fournis							
<input checked="" type="checkbox"/>	réparation auto...	1 k - 10 k	Faible	-	0,59 €	1,58 €	
<input type="checkbox"/>	garage auto	100 k - 1 M	Faible	-	0,56 €	1,63 €	
Idées de mots clés							
<input type="checkbox"/>	garage automob...	100 k - 1 M	Faible	-	0,56 €	1,63 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	auto garage	100 - 1 k	Faible	-	0,51 €	1,32 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	garage ad	10 k - 100 k	Faible	-	0,75 €	0,94 €	
<input checked="" type="checkbox"/>	garage voiture	1 k - 10 k	Élevé	-	0,41 €	1,21 €	
<input type="checkbox"/>	garage ouvert	1 k - 10 k	Faible	-	0,47 €	1,41 €	
<input type="checkbox"/>	garage mecaniq...	1 k - 10 k	Faible	-	0,58 €	1,52 €	

Qu'est-ce qu'un **bon mot-clé** ?

C'est tout simplement le mot-clé ou l'expression clé qui correspond aux requêtes de votre client cible, c'est-à-dire à son **intention de recherche** !

L'outil de Google peut vous aider à trouver ces mots clés **Google Keyword Planner**.



Sur votre **site web**, pensez à :

- Définir **l'objectif de votre site**
Acheter, s'inscrire à votre newsletter, trouver votre adresse/contact, remplir un formulaire, etc...
- Déterminez **votre cible**
Evitez le "tout le monde".
Essayez de définir précisément à qui vous vous adressez.





Voici **quelques conseils** pour la rédaction d'un bon contenu web :

- Rédiger **un titre pertinent et attractif** qui reflète le contenu de votre texte.
- Écrire une **introduction engageante**.
- **Aérer le contenu** avec des paragraphes courts et des listes à puce.
- Illustrer vos propos avec des **visuels de qualité** et des exemples.
- Faire des **phrases claires et concises**.
- Utiliser un vocabulaire varié et **éviter les répétitions**.
- **Démontrer votre expertise** et sourcer vos informations.



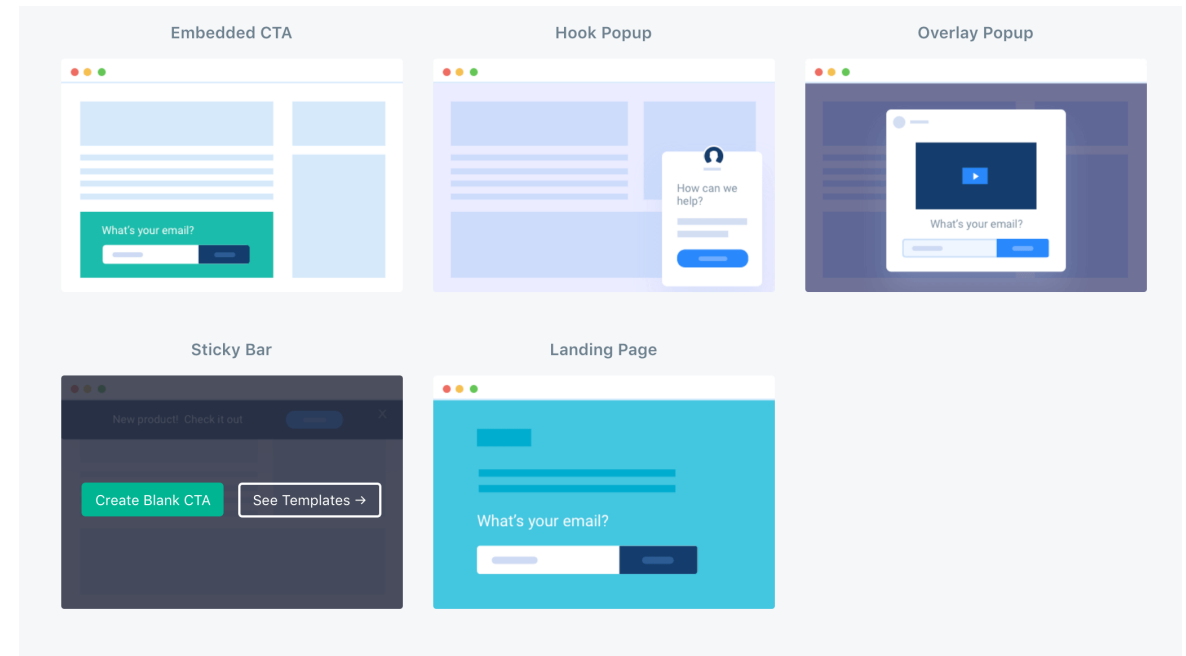


Les éléments clés d'un **contenu qui convertit**:

Le titre : il doit être accrocheur, contenir des mots-clés pertinents, être concis et informatif.

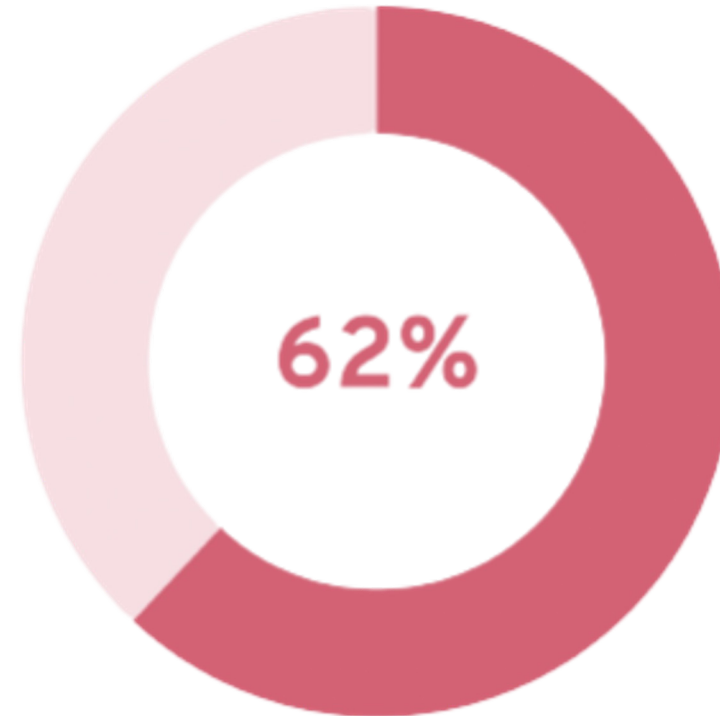
L'introduction : elle doit expliquer clairement pourquoi le lecteur devrait continuer à lire.

L'appel à l'action (CTA) : il est crucial pour inciter les visiteurs à agir. Le CTA peut prendre différentes formes : demande un devis, acheter, inscription à une newsletter, téléchargement d'un livre blanc...





62% en moyenne
du trafic Web provient
d'appareils mobiles.





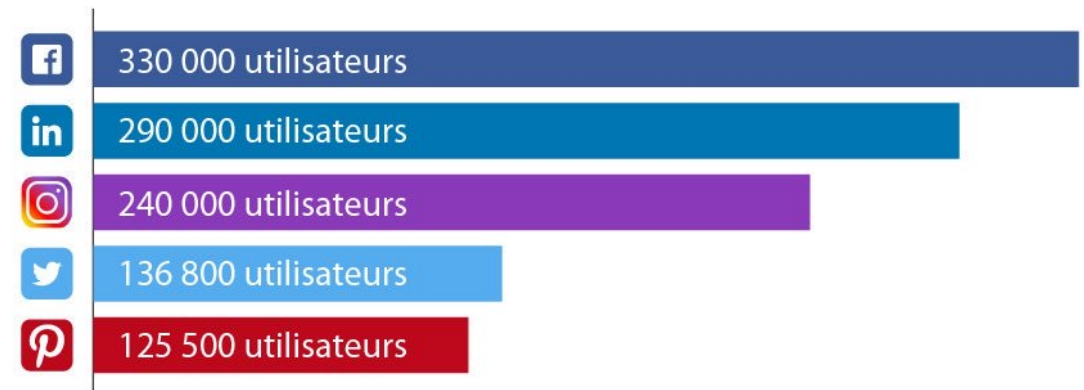
Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?

Les réseaux sociaux

- **Facebook** (généraliste et personnel)
- **Twitter** (très public, les messages y sont limités à 280 caractères)
- **LinkedIn** (réseau de relations professionnelles)
- **Pinterest** (réseau social de l'image, idéal pour les marques ayant la possibilité d'avoir du contenu imagé)
- **Instagram** (initialement conçu pour les photos personnelles, le réseau s'est étendu aux marques)
- **YouTube** (est un réseau social de la vidéo, vous pouvez vous abonner, commenter..., c'est également un moteur de recherche vidéo)

Réseaux sociaux les plus populaires au Luxembourg





Web Marketing Digital

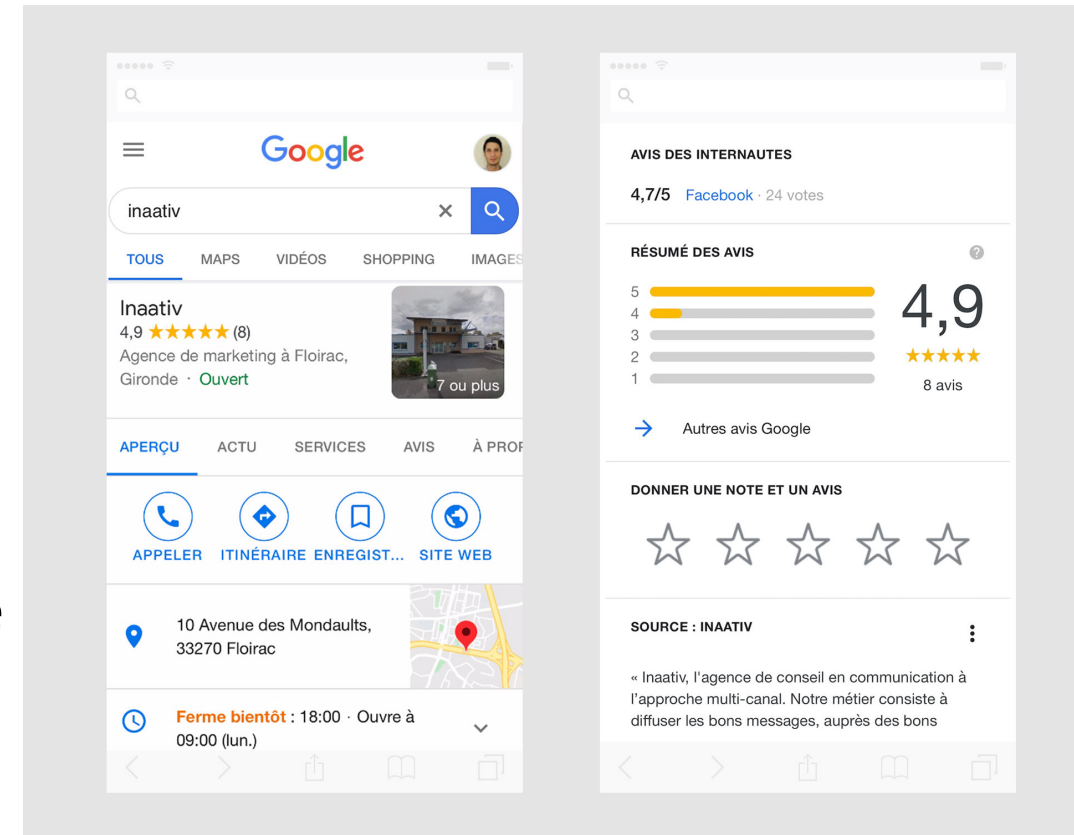
Le contenu, comment ?

Google MyBusiness est un outil gratuit qui vous permet de gérer la façon dont votre société est présentée dans la recherche Google :

- Horaires
- Adresse
- Produits et services
- Site Web
- Numéro de téléphone

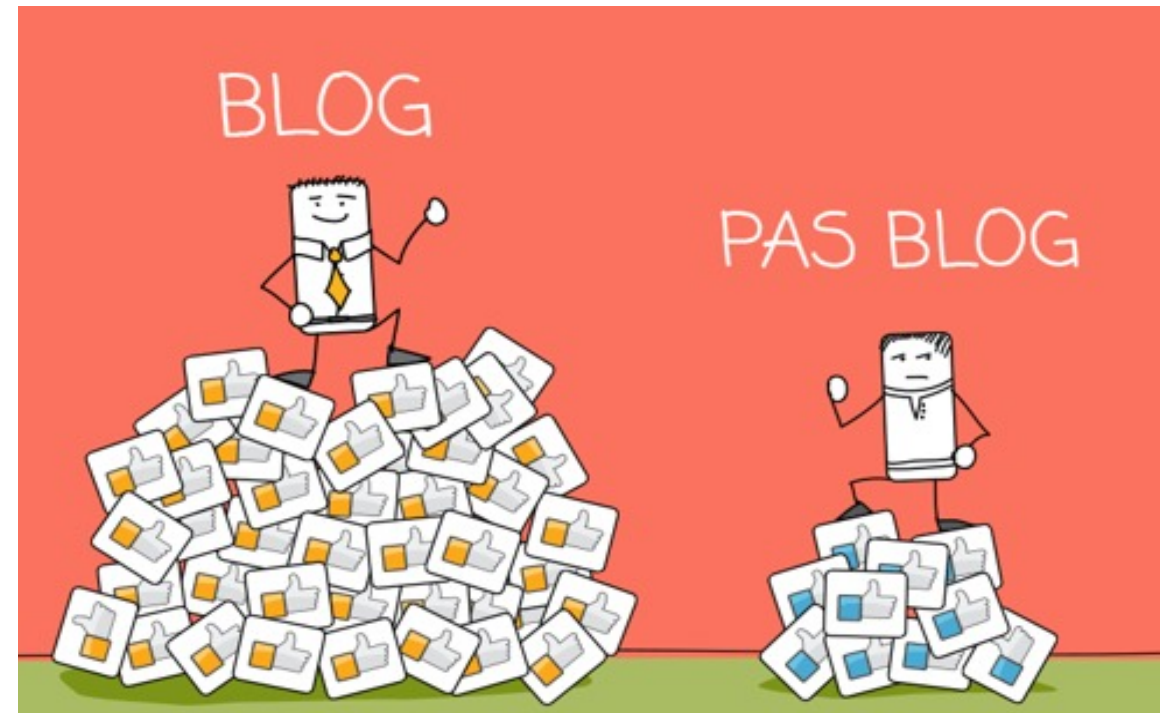
Interagir avec les clients

- Publiez des photos de votre établissement, de ses produits et **services**.
- Collectez les avis de vos clients et répondez-y.



Le blog est un très bon outil pour rédiger facilement du contenu web, il permet entre autre :

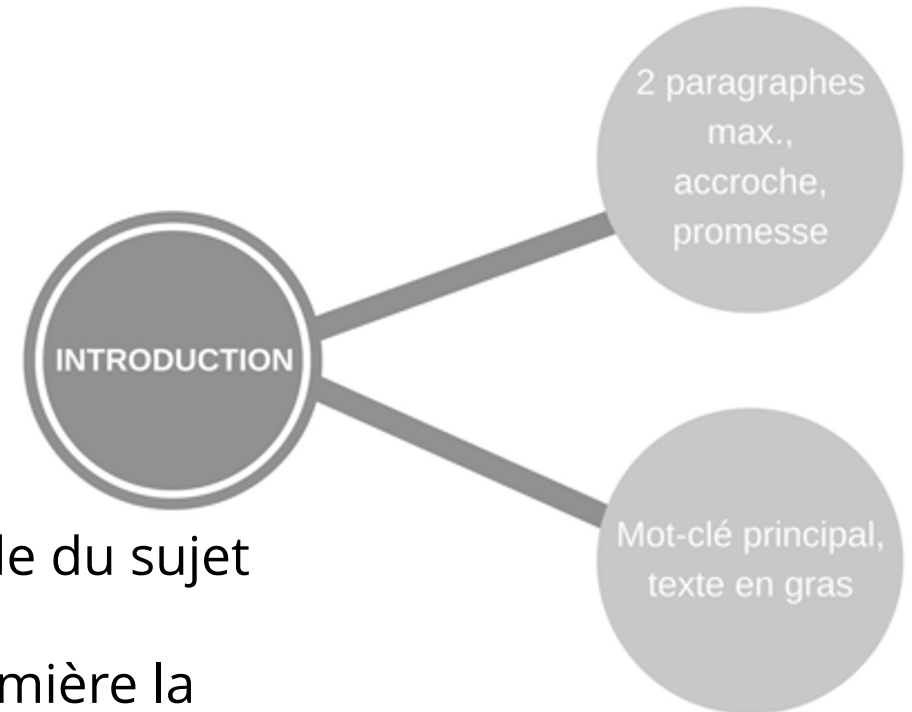
- Partager facilement des articles
- Créer du lien
- Actualiser son site assidûment et efficacement
- Optimiser son référencement auprès de Google, qui favorise les sites qui sont alimentés fréquemment.





Créer un contenu de blog, quelques conseils :

- **L'introduction : l'accroche indispensable**
20% des internautes iront au-delà de l'introduction.
- **Être compris des moteurs de recherches**
Placer le mot-clé principal, mettre le texte en gras
- Le corps de l'article : **structuré, aéré, clair**
- Mettre les **éléments importants en gras**
pour faciliter une lecture et une compréhension rapide du sujet
- Enrichir le texte **d'image** en lien avec le thème
- **Structurer le corps** avec des titres pour mettre en lumière la logique d'argumentation et offrir des temps de pause
- **Utiliser des backlinks.** Les liens sortants pointent vers des sites à forte autorité SEO et renforcent la pertinence du contenu.
- Ajouter un Call-To-Action (Bouton destiné à inciter un visiteur à réaliser une action de conversion)



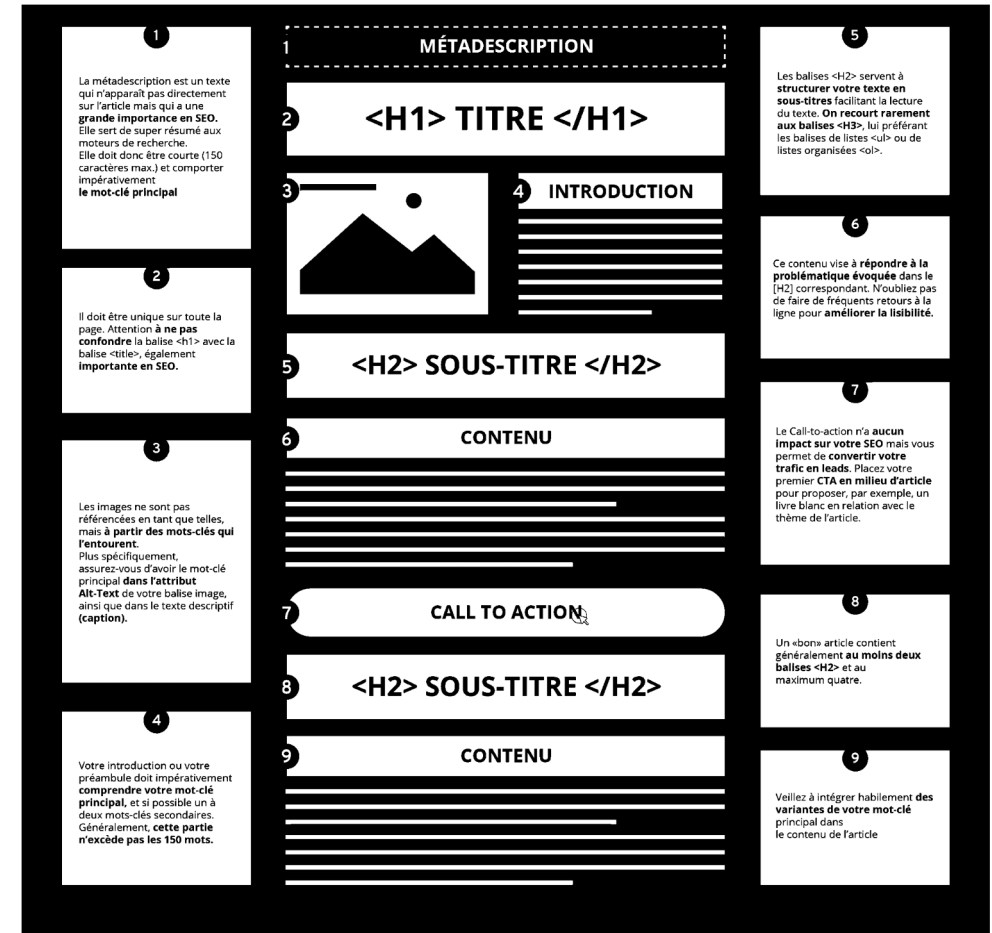


SEO 2023 : **de 1 000 à 1 400 mots** pour des contenus plus pertinents.

Les articles excédant 1000, voire 2000 mots, sont en train de devenir la norme selon les dernières statistiques.

Rédiger un article long c'est bien, bien le rédiger c'est mieux ! 3 règles à retenir :

1. **Structurez** votre article
2. **Découpez** votre texte en parties et sous-parties
3. **Aérez** votre texte





Créer du contenu rapidement avec **Chat GPT** :

- Un modèle de langage de pointe qui fournit des réponses précises et pertinentes en temps réel.
- Cette technologie a été développée pour aider les entreprises à **améliorer leur service client** en offrant une assistance rapide et personnalisée à leurs clients.
- Cette solution, pour le moment gratuite, peut vous aider à **produire un texte personnalisé** qui répondra à vos besoins en en rien de temps.





Collecter des contacts

Pour établir un contact avec vos clients, ou générer des leads, veiller à bien mettre en avant les informations suivantes :

- Réseaux sociaux
- Adresse e-mail
- Numéro de téléphone
- Coordonnées postales si boutique physique
- Horaire d'ouverture
- Formulaire de contact ergonomique et accessible
- Tester le sur mobile

Send Us A Message

TELL US YOUR NAME *

First name Last name

ENTER YOUR EMAIL *

Eg. example@email.com

ENTER PHONE NUMBER

Eg. +1 800 000000

MESSAGE *

Write us a message

SEND MESSAGE

Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?



English | Contact Us | Search | Sign In | Get HubSpot free

HubSpot | Software | Pricing | Resources | Partners | About

Get in touch

Want to get in touch? We'd love to hear from you. Here's how you can reach us...

Talk to Sales

Interested in HubSpot's marketing software? Just pick up the phone to chat with a member of our sales team.

+1 877 929 0687

[View all global numbers](#)

Contact Customer Support

Sometimes you need a little help from your friends. Or a HubSpot support rep. Don't worry... we're here for you.

[Contact Support](#)

Chat icon


Web Marketing Digital


Le contenu, comment ?



CONTACT US ABOUT HUBSPOT'S SOFTWARE

We'd love to show you how you can get more traffic and leads, increase your sales productivity, provide better customer service, or all of the above! Here are a few ways to reach out to our sales team.

 Call us directly at
+353 1 512 4400
[See all numbers and locations](#)

 Chat with our sales team
[CHAT WITH SALES](#)

Book a Meeting

To schedule time to speak with one of our sales representatives, complete the form, then click "next" to choose a date and time that works for you.

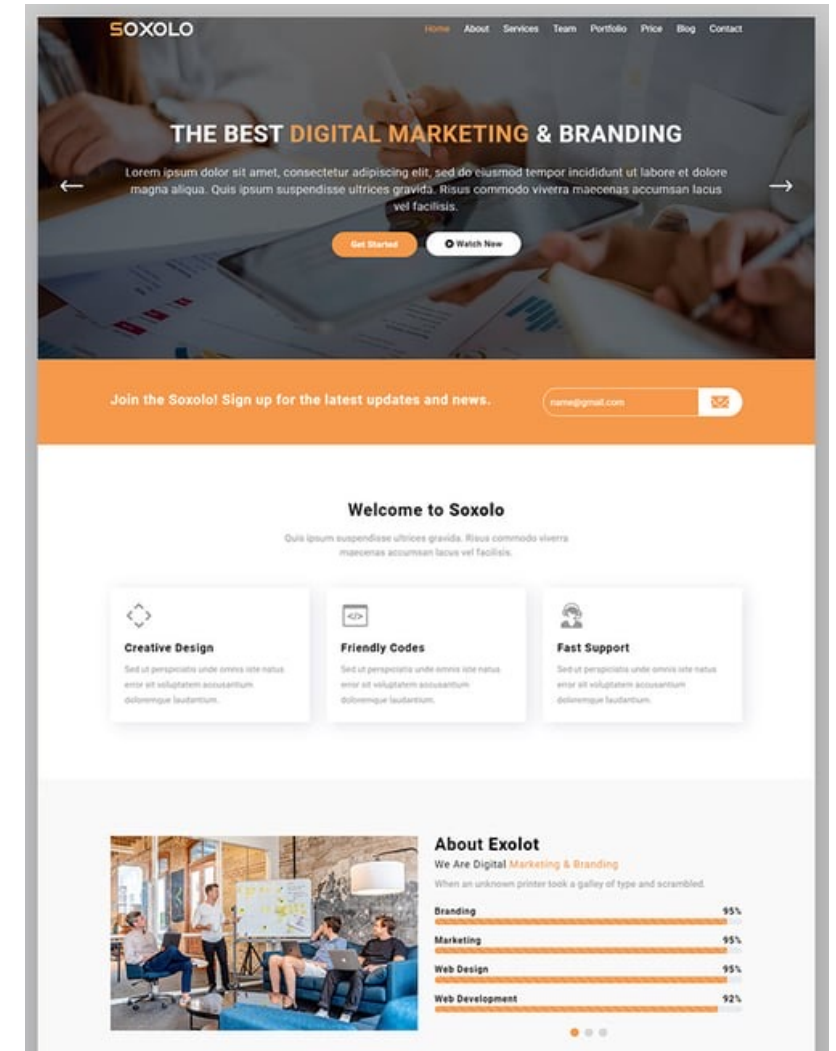
FIRST NAME*	LAST NAME*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
EMAIL*	PHONE NUMBER*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
COMPANY NAME*	WEBSITE URL*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
EMPLOYEES*	
<input type="text" value="Please Select"/>	



Une landing page, c'est quoi ?

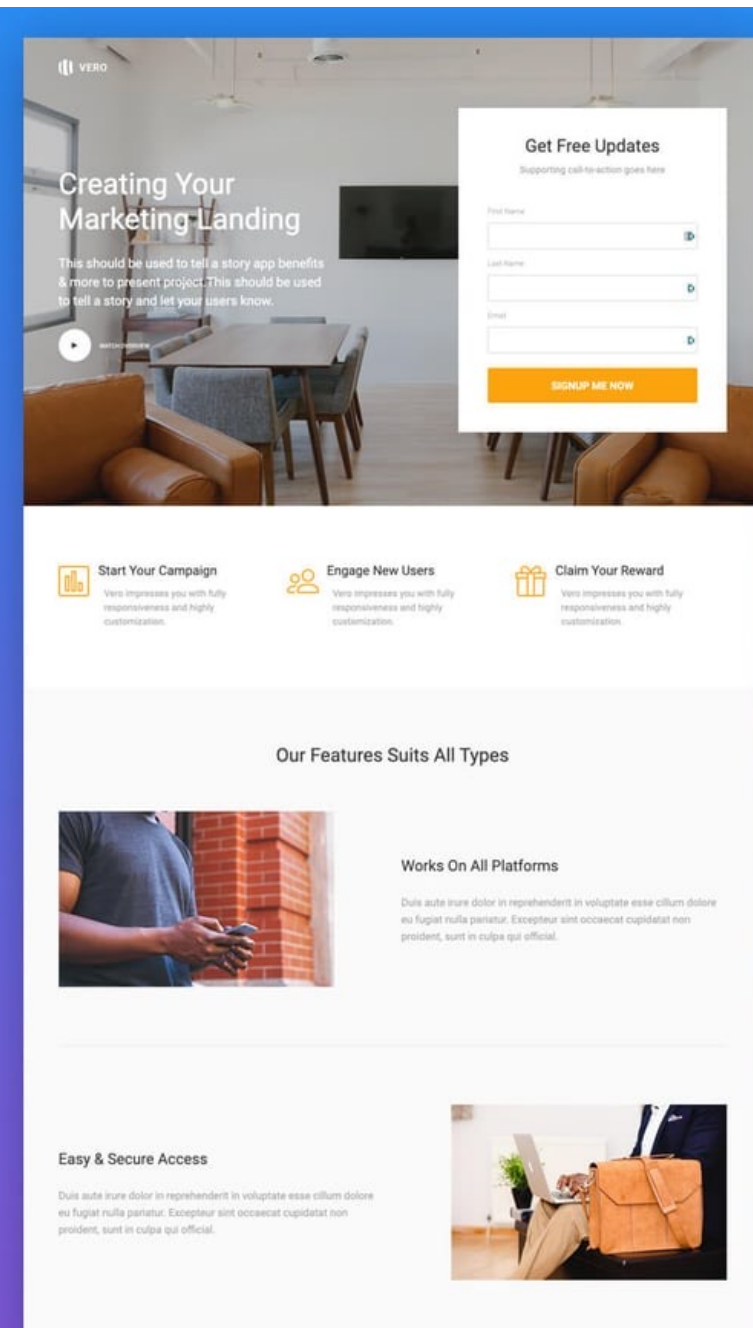
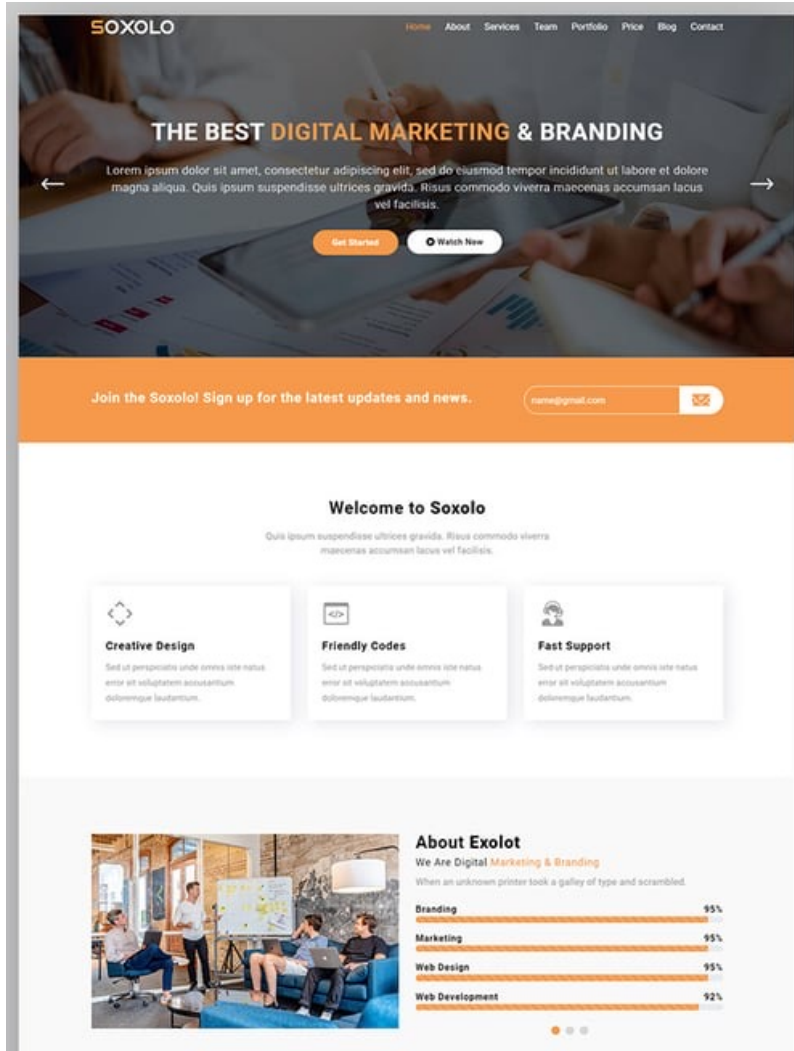
Votre page d'accueil ne doit pas être votre landing page. Vous devez envoyer vos clients potentiels vers **une page spécifique** qui leur permettra de **profiter de l'offre spéciale** que vous leur avez promise :

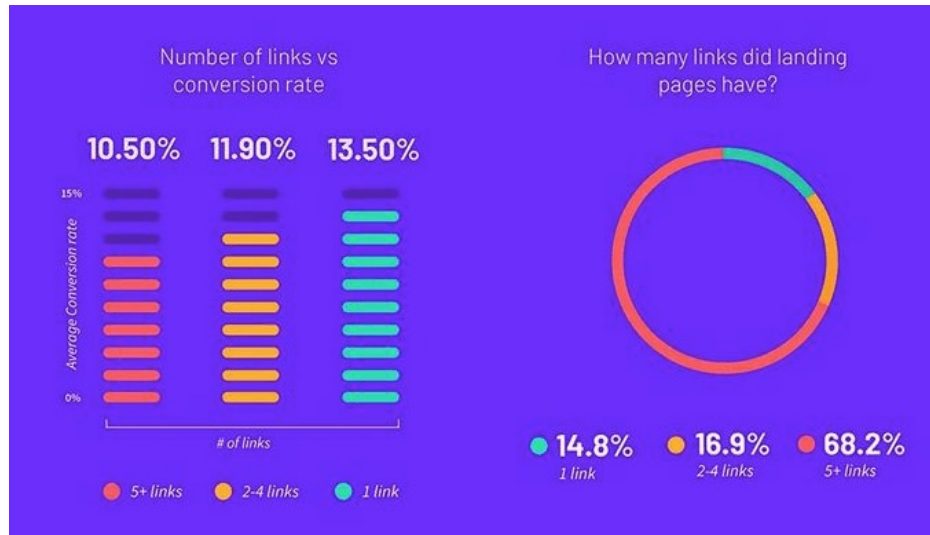
- Elles mettent en avant l'offre, et pas l'entreprise
- Elles sont ciblées. On enlève donc les autres offres, votre blog et l'ensemble du menu de votre site internet pour ne pas distraire le visiteur.
- Elles contiennent un bon formulaire.
- Elles recueillent des informations spécifiques.
- ...



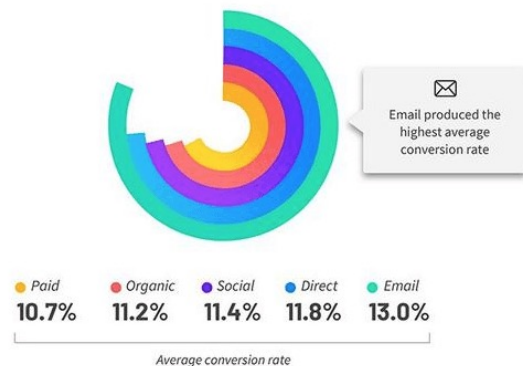
Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?





How traffic sources convert on a landing page



Quelques conseils. Une Landing Page efficace :

- N'a qu'un lien
- Se charge rapidement
- Rassure le visiteur
- Une Landing Page efficace propose un formulaire adapté
- Une Landing Page efficace va droit au but
- Une Landing Page efficace est adaptée au Mobile
- La source de trafic impacte aussi votre taux de conversion



Le **nombre de mots** pour créer un contenu SEO - **1135 mots** selon une étude SemRush.

Le référencement naturel ne se base pas uniquement sur la longueur, mais sur la **qualité de l'information** et la réponse apportée en fonction des **intentions du lecteur**.

Pour un article de blog

1200 mots. Minimum : 800 mots Maximum :
1500 mots

Pour une fiche produit

200 mots. Minimum : 150 mots. Maximum :
300 mots.

Pour une page web

810 mots. Minimum : 500 mots Maximum :
1000 mots

Pour un livre blanc

7000 mots. Minimum : 5000 mots Maximum :
10 000 mots 7000 mots, c'est en moyenne le
volume idéal pour convaincre votre lectorat
avec votre expertise.



Balise h1

Balise chaude du SEO, elle sert de titre de niveau pour indiquer au googlebot la structure de votre page web. La balise H1 est le titre principal, et les balises h2, h3, h4, h5 et h6 les niveaux de titres inférieurs !

Balise ALT

Les robots de moteurs de recherche ne savent pas encore visualiser une image. C'est pourquoi il existe les balises ALT, idéales pour décrire votre illustration avec des mots.

Balise TITLE

Vous tapez un mot clé dans la barre de recherche Google, et vous tombez sur une liste de 10 résultats. Vous choisissez l'un d'eux pour visiter le site web concerné. Bingo, vous venez de cliquer sur la balise meta TITLE.



Méta description

Une méta description, c'est la petite phrase marketing qui va donner envie ou non à l'internaute de cliquer sur votre résultat. Une phrase descriptive.

Optimiser les images

Le poids de images est très important mais également le type de format (extension .jpg, .png, etc.). Optimiser les images, c'est améliorer la vitesse de chargement de vos pages web.

Lisibilité du texte

La longueur des paragraphes et des phrases, l'utilisation de la voix active plutôt que passive, la structure du texte, l'insertion de mots de transition, le bourrage de mots clés... Autant de règles à respecter pour rendre votre texte plus lisible. Lisible pour qui ? Pour les internautes déjà, mais aussi pour les robots de moteurs de recherche !



Publicités en ligne

Boostez vos ventes, trouvez des clients potentiels et attirez du trafic sur votre site avec **des campagnes payantes** sur **Facebook et Instagram**.

La publicité sur Facebook Business Manager est **diffusée en fonction des centres d'intérêts ou de critères socio-démographiques** (préalablement sélectionnés par vos soins) sur le profil des utilisateurs du réseau social.

Ciblage avancé

Inclure les personnes qui correspondent à ⓘ

🔍 Ajoutez des données démographiques, centres d'intérêt ou Suggestions Parcourir

Intérêts ⓘ	
▶ Affaires et industrie	<input type="checkbox"/>
▶ Divertissement	<input type="checkbox"/>
▶ Famille et relations	<input type="checkbox"/>
▶ Fitness et bien-être	<input type="checkbox"/>
▶ Gastronomie	<input type="checkbox"/>
▶ Loisirs et activités	<input type="checkbox"/>
▶ Shopping et mode	<input type="checkbox"/>
▶ Sports et activités d'extérieur	<input type="checkbox"/>



Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?

Boostez vos ventes, trouvez des clients potentiels et attirez du trafic sur votre site avec **des campagnes payantes** sur **Facebook et Instagram**.

La publicité sur Facebook Business Manager est **diffusée en fonction des centres d'intérêts ou de critères socio-démographiques** (préalablement sélectionnés par vos soins) sur le profil des utilisateurs du réseau social.

Ciblage avancé

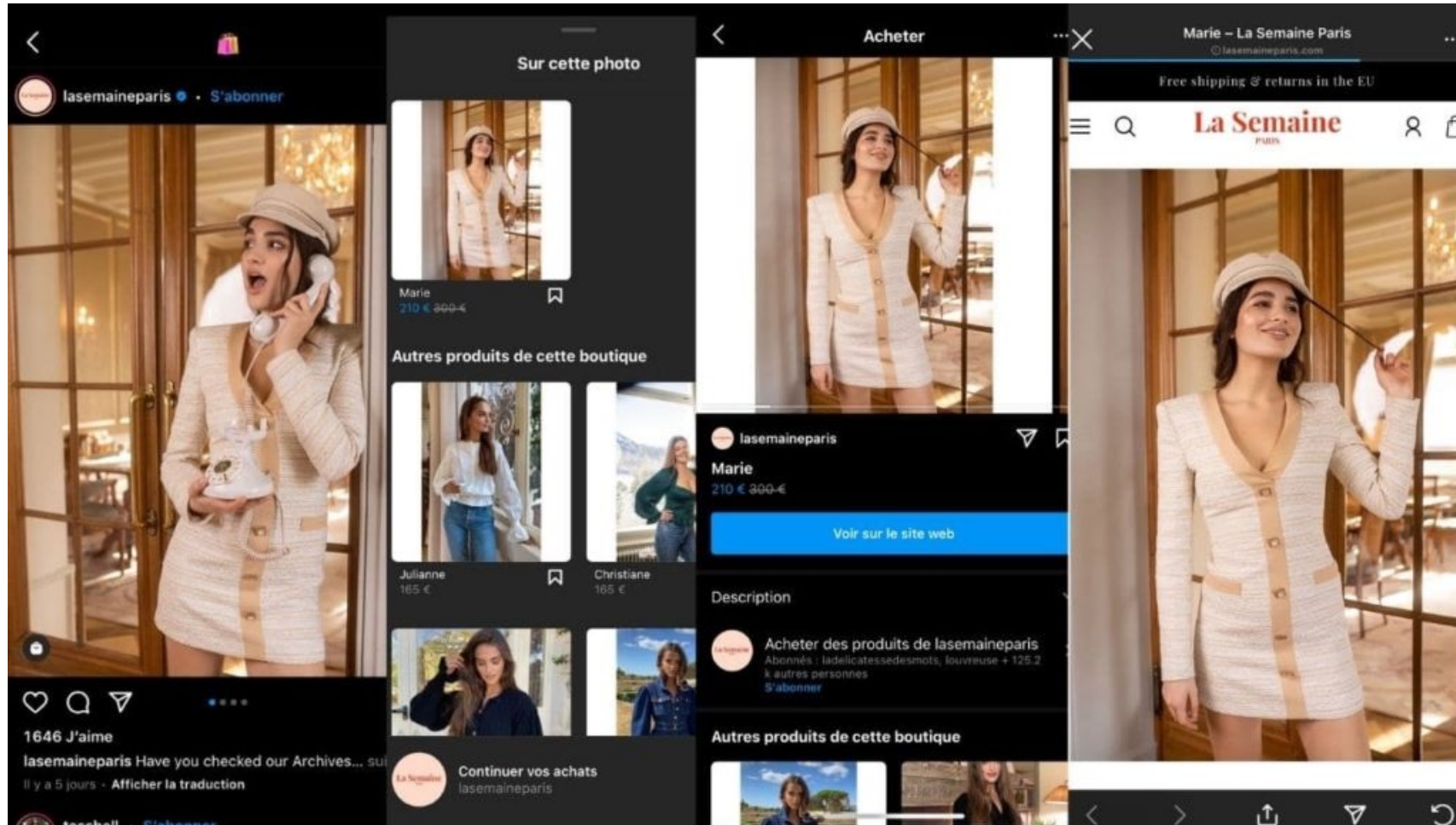
Inclure les personnes qui correspondent à ⓘ

🔍 Ajoutez des données démographiques, centres d'intérêt ou Suggestions Parcourir

Intérêts ⓘ	
▶ Affaires et industrie	<input type="checkbox"/>
▶ Divertissement	<input type="checkbox"/>
▶ Famille et relations	<input type="checkbox"/>
▶ Fitness et bien-être	<input type="checkbox"/>
▶ Gastronomie	<input type="checkbox"/>
▶ Loisirs et activités	<input type="checkbox"/>
▶ Shopping et mode	<input type="checkbox"/>
▶ Sports et activités d'extérieur	<input type="checkbox"/>

Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?



Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?



Skulpta
Sponsorisée · 🌐

Skulpta. Experts in Canvas ART 🎨
Find the art piece that inspires you the most before its gone!
... Lire la suite



· "The Lion Face" · Home decor
41,99 £GB [Acheter](#)




· "Shine Like" · Home decor
41,99 £GB


👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Sneaker District
Sponsorisée · 🌐

Découvrez les nouveautés baskets chez Sneaker District
✓ Les commandes passées avant 22h00 seront expédiées le jour même.



Nike Air Pegasus '92 Lite
Wheat/Black-Navy
90 € [ACHETER](#)



New Bala
Urban Pe
170 €

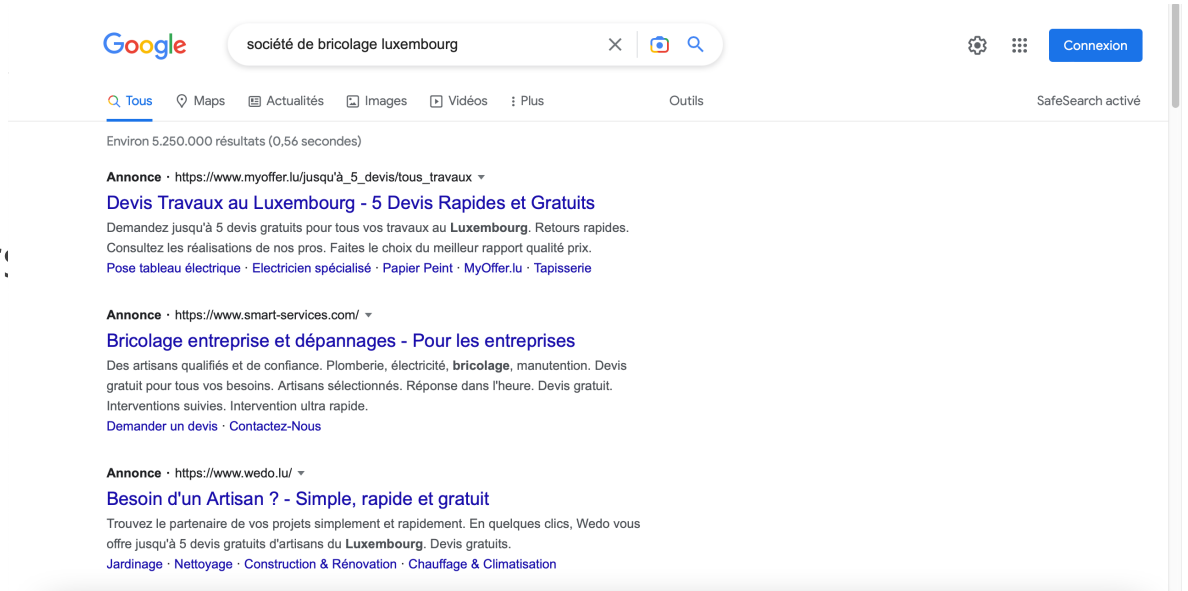
👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Web Marketing Digital

Le contenu, comment ?



- **Créer des annonces**, qui seront ensuite placées sur les pages de résultats des moteurs de recherches choisis ainsi que leurs partenaires.
- **Payer lorsque l'annonce est cliquée** : c'est le concept du CPC, du Coût par Clic, l'annonceur paie uniquement si l'internaute clique sur son annonce publicitaire.



Google Solutions publicitaires | Réseau Display



Annonces textuelles sur des sites Web



Annonces illustrées sur des sites Web



Annonces vidéo sur des sites Web



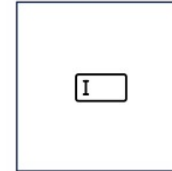
Annonces sur des sites Web pour mobile



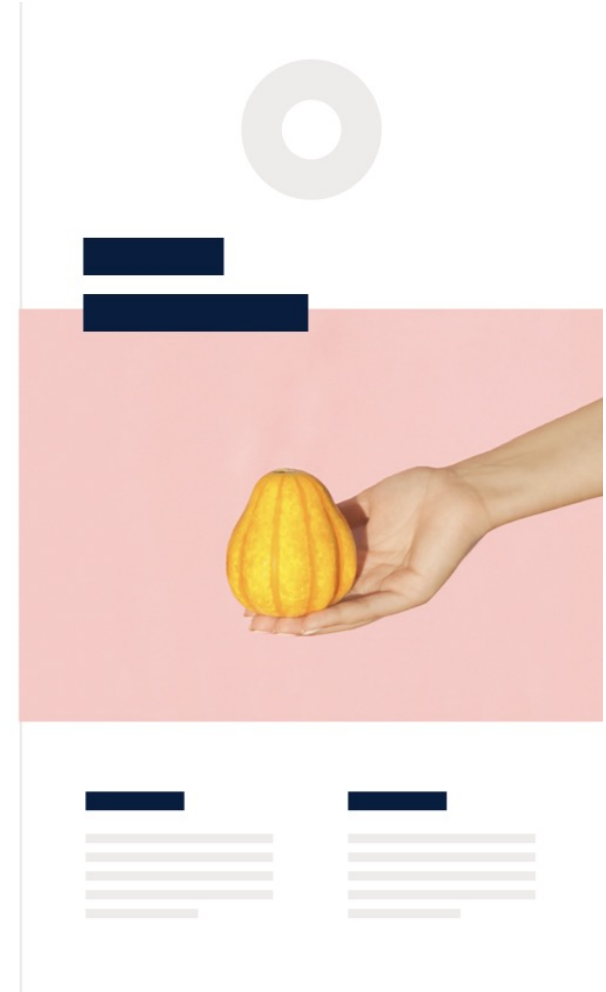
L’emailing est un canal incontournable pour **acquérir des clients, les fidéliser et générer des ventes.**

Depuis ses dernières années, les consommateurs sont de plus en plus sollicités par les emails des marques. C’est pourquoi l’emailing doit devenir **plus qualitatif**, basé sur la permission des utilisateurs et sur des contenus toujours **plus ciblés**. Avec l’arrivée du RGPD, cette exigence de qualité est devenue la norme !

Design



Header



Q-DIGITAL

WEB & DIGITAL MARKETING

Des solutions créatives &
digitales pour les PME

Marie Krust

Formatrice et consultante en Marketing Digital

Q-Digital

10 rue Mathias Hardt

L-1717 Luxembourg

marie.krust@q-leap.eu

+352 661 189 922

q-leap^o
software quality experts



**SME
PACKAGES**
DIGITAL

digital.q-leap.eu

