

écho

des entreprises

mai 2013

2



Le droit de la concurrence au service des entreprises page 35

Editorial page 3
**Rien n'est plus
comme avant**

Actualité page 7
**Rencontre entre le
gouvernement et la Fedil**

Opinion page 55
**L'héritage de
Margaret Thatcher**

Job Shadow Day

La Fedil s'associe à
Jonk Entrepreneuren

En date des 18 au 22 mars 2013, 13 entreprises membres de Fedil - Business Federation Luxembourg, se sont associées à Jonk Entrepreneuren Luxembourg a.s.b.l. pour participer à la quatrième édition du Job Shadow Day. Cette association fait suite à l'accord de principe que le conseil d'administration de la Fedil avait marqué fin 2009 au sujet d'un partenariat en faveur des projets engagés par l'association Jonk Entrepreneuren Luxembourg a.s.b.l. au niveau de l'enseignement secondaire et secondaire technique. Le partenariat, auquel vient de se joindre la Chambre des métiers Luxembourg, vise à rapprocher davantage le monde des entreprises et celui de l'enseignement, en général, et des jeunes, en particulier.

Pour cette quatrième édition, une cinquantaine d'étudiants ont manifesté leur intérêt à participer au Job Shadow Day leur permettant à découvrir la vie d'entreprise et d'accompagner le dirigeant d'entreprise, voire son représentant, pendant une journée de travail. Par établissement scolaire, deux à trois étudiants méritants ont ainsi répondu favorablement à l'appel lancé début janvier par la ministre de l'Education nationale et de la Formation professionnelle, Mady Delvaux-Stehres, à l'adresse des directeurs de lycées.

Dans la semaine du 18 mars, 13 entreprises membres de la Fedil ont accueilli un ou deux étudiants. Il s'agit des entreprises Accumalux, ArcelorMittal, CDCL Compagnie de Construction Luxembourgeoise, Cobelfret, Codiprolux, DuPont de Nemours, Eurobéton, Hitec, Médiation, No-Nail Boxes, Entreprise des P&T, SES, Soludec. Par ailleurs, les entreprises Cactus, CitiBank, Coplaning, Creatteam, Grant Thornton, International Fire Control, Kaempff-Kohler, Norbert Brakonniier S.A., PallCenter, Sermelux et StateStreet Bank se sont également associées au Job Shadow Day.

Fondée en 2005, l'a.s.b.l. Jonk Entrepreneuren a pour mission « d'inspirer et de préparer les écoliers, les élèves et les étudiants à innover, créer, prendre des initiatives et être responsables » et pour vision « d'apprendre à entreprendre ».

www.fedil.lu

www.jonk-entrepreneuren.lu

Promouvoir

l'image de marque du pays et
l'économie luxembourgeoise



Etienne Schneider et Carole Tompers lors de la présentation de la campagne

L'objectif principal de la campagne de charme internationale portant sur la qualité de vie au Luxembourg consiste à promouvoir l'image de marque du Luxembourg et de l'économie luxembourgeoise par le biais de trois spots télévisés. Ces spots qui mettent en évidence les diverses dimensions de la qualité de vie au Luxembourg, seront diffusés sur certaines chaînes internationales.

La diffusion du premier des trois spots vient de commencer et sera complétée par des mesures publicitaires spécifiques (presse écrite, internet et autres). Cette campagne servira notamment à accompagner, les différentes missions économiques prévues au cours de l'année et contribuera à mieux mettre en valeur l'attractivité du pays.

Une multitude d'échanges avec des acteurs économiques au Luxembourg et dans le cadre des déplacements à l'étranger ont démontré le besoin et, surtout, la volonté de mieux mettre en valeur et de communiquer sur les déterminants de l'attractivité du Luxembourg. En effet, la perception du Luxembourg à l'étranger se heurte trop souvent à des préjugés et autres idées reçues voire à une méconnaissance générale des atouts du pays.

Cette campagne, dont la diffusion du premier spot vient d'être lancée par Luxembourg for Business, a été réalisée en concertation étroite avec le groupe de réflexion Nation Branding. Photo : MCEC

www.luxembourgforbusiness.lu

www.promoteluxembourg.com