

Preis: 7.00 Euro.

2|18

Caléidoscope

Das Magazin der französisch-österreichischen Handelskammer | Le Magazine de la Chambre de Commerce Franco-Autrichienne



ANALYSE:

EU und Datenschutz
EU et protection des
données

IM INTERVIEW / ENTRETIEN:

**Mag. Günther
Mayrleitner,
Mazars Österreich**

BUSINESS-CLUB:

**France is back!
La France est de retour !**



READY-TO-WEAR & ACCESSORIES



LONGCHAMP
PARIS

GRABEN 14-15, WIEN | GETREIDEGASSE 13, SALZBURG | LONGCHAMP.COM

Editorial | Éditorial

www.ccfa.at

Chers amis de la CCFA !
Liebe Freunde der CCFA!

Der Ruf „France is back“ aus dem Herzen des französischen Präsidenten Macron wird von den Medien auf der ganzen Welt wiederholt. Es ist festzustellen, dass der junge Präsident in nur acht Monaten dem French bashing der Jahre 2013-2016 ein Ende setzen konnte. Diese Botschaft ist ein echter Appell, die Bemühungen fortzusetzen, um die Wirtschaft Frankreichs an die Spitze voranzuführen. In Wien, in der Handelskammer und in den Korridoren von Business France ist diese positive Energie deutlich spürbar. Auf der einen Seite finden französische Unternehmen die Möglichkeit, in nahe Märkte wie die in Österreich zu exportieren. Österreichische Investoren verfolgen aufmerksam die arbeits- und steuerrechtlichen Reformen, die die Attraktivität des Landes steigern. Selbst wenn wir weiterhin reiche Investoren aus Großbritannien begünstigen damit sie Frankreich gegenüber Deutschland vorziehen, so zögern wir trotz allem nicht davor Unternehmen wie Amazon & Co., deren Steuermüdigkeit lange toleriert wurde, erneut zu besteuern. 2018 wird ein Jahr voller Überraschungen! 

Le cri du cœur « France is back » volontairement en anglais du Président Macron est repris par les médias du monde entier. Force est de constater que le jeune Président a su faire oublier en à peine 8 mois le French bashing des années 2013-2016. Ce message est bien plus qu'un constat d'autosatisfaction ; c'est un véritable appel à continuer l'effort afin de positionner durablement l'économie de la France parmi les premiers de cordée mondiaux. À Vienne, à la Chambre de Commerce et dans les couloirs



Céline Garaudy

© www.stefanjoham.com

de Business France, ce vent de positivisme se fait bel et bien sentir. D'un côté, les entreprises françaises retrouvent les moyens d'exporter en se tournant vers des marchés de proximité comme l'Autriche. Quant aux investisseurs autrichiens, ils observent d'un œil attentif les réformes en termes de droit du travail et de taxation qui redonnent son attractivité à l'Hexagone. Car en effet, ce qui nous réjouit, c'est que même si les futurs « financiers sans abris du Brexit » de la City de Londres sont caressés dans le sens du poil pour choisir Paris contre Francfort, on n'hésite pas à faire rentrer de nouveau l'impôt des Amazon et Cie dont le flegme fiscal avait été longtemps toléré. Que de surprises en perspective donc pour 2018 ! 

Céline Garaudy,
Direktorin / Directrice

Inhalt Sommaire

4 Panorama | Panorama

- Vienna Auto Show 2018

6 Extra | Extra

- IBD und APES LAW
- Donau Chemie

8 CCFA-Analyse |

Analyse de la CCFA

EU & protection des données :
Le compte à rebours a démarré ! /
EU & Datenschutz: Der Countdown läuft!

10 Fokus | Zoom

- L'Oréal Österreich



- Sanofi-Aventis
- Savencia Fromage & Dairy Österreich

14 Kurzportrait | Portrait

- Vienna Marriott Hotel
- Expat.com
- Good France

17 Interview | Entretien

Mag. Günther Mayrleitner -
Mazars Österreich

19 Business-Club | Business-Club

23 Neue Mitglieder | Nouveaux membres

 AIRFRANCE

 Atos

 SEMPER CONSTANTIA
PRIVATBANK

 UNIQA

 SOFITEL
LUXURY HOTELS

 DONAU
CHEMIE

Life Is On  Schneider
Electric

 L'ORÉAL
ÖSTERREICH

 SOCIETE GENERALE
Corporate & Investment Banking

 RENAULT
Passion for life

 MAZARS

 coface

 bel

 TOTAL
COMMITTED TO BETTER ENERGY

 SANOFI

 Raiffeisen Bank
International

 SERVITHINK
CONSULTING SERVICES

 NOVOMATIC

 orange
Business
Services

 SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY

Panorama

France is back!

Du 11 au 14 janvier s'est tenue la douzième édition du Salon de l'automobile de Vienne. La CCFA s'y est rendue en compagnie de S.E. Francois Saint-Paul, Ambassadeur de France en Autriche pour y découvrir en toute exclusivité les dernières nouveautés des fleurons de l'industrie automobile française : Renault, Citroën et DS Automobiles. Dans ce secteur également, la France revient dans toute sa splendeur !

Von 11. bis 14. Januar fand die zwölfe Ausgabe der Wiener Automobilausstellung statt. Die CCFA besuchte aus diesem Grund gemeinsam mit S.E. Francois Saint-Paul, Botschafter Frankreichs in Österreich, die Veranstaltung um einen exklusiven Einblick in die Neuheiten der französischen Automobilindustrie zu bekommen: Renault, Citroën und DS Automobiles. Auch in diesem Bereich kommt Frankreich ganz groß wieder!



Renault - Une année record

Sortant d'une année 2017 record, « Renault n'a jamais vendu autant de voitures en Autriche » nous confie Olivier Wittmann, Directeur Renault Autriche et Suisse présent sur le stand imposant du Salon de l'automobile de Vienne. Le groupe Renault y présente sa palette étoffée de véhicules dont la sportive et glamour Alpine portant haut les couleurs de la France ainsi que deux premières autrichiennes : la Mégane R.S. et le nouveau Dacia Duster. C'est d'ailleurs grâce à la gamme Mégane et d'autres véhicules extrêmement appréciés tant pour les flottes que pour les clients privés que le groupe Renault (Renault et Dacia) arrive en 2017 en 2^{ème} position des mar-

ques avec 8,5% de part de marché en Autriche. Dans le domaine de l'électrique, Renault devient avec la ZOE Bose le leader absolu de la vente de voitures électriques en Autriche : « 1 voiture électrique sur 4 est une ZOE », précise Olivier Wittmann confortant ainsi le choix de la CCFA de se doter d'une ZOE en 2017.

La nouvelle Mégane R.S. -

La sportive iconique

Présentée dans une teinte exclusive baptisée « Orange Tonic », la nouvelle Mégane R.S. fait honneur à ses devancières en offrant une expérience unique en matière de sportivité et de plaisir de conduite. En exclusivité sur le segment, elle intègre le système 4CONTROL conférant à la voiture quatre roues directrices pour une agilité accrue en virage. Dans le cadre du partenariat entre l'Alliance et Daimler, la Mégane R.S. embarque le

moteur de 1,8 litre turbo de l'Alpine A110 et fait monter la puissance à 280 chevaux. Disponible en version manuelle ou automatique, elle se décline en deux châssis : un châssis sport adapté à un usage quotidien et un châssis cup axé sur la performance circuit.

Le nouveau Dacia Duster -

Un best-seller mythique

Avec plus de 2 millions de voitures commercialisées sous les badges Dacia et Renault, le SUV Duster est un succès international incontestable. Dans des dimensions similaires à l'ancienne mouture, la seconde génération de Dacia Duster garde son allure générale et son tarif toujours contenu mais avance de réels progrès en matière d'agrément de conduite tels qu'une nouvelle direction à assistance électrique qui remplace le système hydraulique et un meilleur amortissement.

L'Alpine -

Renaissance d'une légende très attendue

L'Alpine, emblème français fabriqué en France dans son berceau historique à Dieppe, a été



De g. à d. : Céline Garaudy, Directrice Générale de la CCFA, S.E. François Saint-Paul, Ambassadeur de France en Autriche, Olivier Wittmann, Directeur Renault Autriche, Mag. Nora Mautner Markhof, Directrice Communication Renault Autriche





entièrement rénové pour en adapter sa production. Avec sa structure tout aluminium, ce coupé sportif affiche un poids d'un peu plus de 1000 kg pour une puissance de 252 chevaux, soit un rapport poids/puissance ultra performant. « Ce que Jean Rédélé, créateur de la marque Alpine, a recherché n'était pas la puissance à tout prix, mais un poids minimum pour favoriser l'agilité et c'est ce que nous nous sommes efforcé de conserver » explique Olivier Wittmann, Directeur Renault Autriche.

GROUPE PSA - Une première mondiale

Citroën crée la sensation en apportant au Salon de l'automobile de Vienne une première mondiale : la nouvelle C4 Cactus.

La nouvelle C4 Cactus - Reine du confort

Présentée en première mondiale, la nouvelle C4 Cactus bouscule le marché des compactes



De g. à d. : Marc Giuloli Marketing Citroën & DS Automobiles Autriche, S.E. François Saint-Paul, Ambassadeur de France en Autriche, Céline Garaudy, Directrice Générale de la CCFA, Aigline James, Directrice Citroën & DS Automobiles Autriche



S.E.M.A. François Saint-Paul s'est montré très intéressé tout au long de cette visite en insistant sur le savoir-faire du made in France dans le secteur de l'automobile et des synergies à venir dans la production automobile entre l'Autriche et la France, notamment dans le tournant de l'électrique et du hybride.

De g. à d. : Aigline James, Directrice Citroën &

DS Automobiles Autriche, Marc Giuloli, Marketing Citroën & DS Automobiles Autriche, Céline Garaudy, Directrice Générale de la CCFA, S.E. François Saint-Paul, Ambassadeur de France en Autriche



Kontakt | Contact :

RENAULT AUTRICHE

Olivier Wittmann

Directeur/Geschäftsführer Renault Autriche

olivier.wittmann@renault.at

PSA GROUPE

Marc Giuloli

Marketing Citroën & DS Automobiles Austria

marc.giuloli@dsautomobiles.com



Extra

Grenzüberschreitende Entsendung Le détachement du personnel

Sowohl für Konzerne als auch für KMUs wird es zunehmend interessanter, Angestellte grenzüberschreitende Aufträge erfüllen zu lassen, sie zu entsenden oder ihre Arbeitskraft einem anderen Unternehmen für bestimmte Zeit zu überlassen. IBD und APES LAW erklären uns, wie die Gestaltung der Beschäftigungsverhältnisse sowie die daran geknüpften Rechtsfolgen ausfallen können.

Que ce soit pour les grands groupes ou pour les PME, permettre à ses collaborateurs d'effectuer des missions à l'international, de les envoyer temporairement à l'étranger ou dans une autre entreprise devient très intéressant. IBD et APES LAW nous expliquent les possibilités d'arrangements contractuels ainsi que ses conséquences juridiques.



Mag. Christoph Schmidl



Mag. Elisabeth Schmidl

Neben den in der Praxis seltenen Varianten, einen neuen, **zusätzlichen Arbeitsvertrag** zwischen dem Arbeitnehmer und dem aufnehmenden Unternehmen abzuschließen und der **gemeinsamen Arbeitgeberfunktion** des entsendenden und des empfangenden Unternehmens, gibt es noch folgende Möglichkeiten:
Bei der **Karenzierung des Arbeitsverhältnisses** im Stammunternehmen für die Dauer der

Entsendung wird mit dem empfangenden Unternehmen ebenfalls ein neuer Arbeitsvertrag abgeschlossen. Das karenzierte Arbeitsverhältnis bleibt als solches aufrecht, nur dessen Hauptleistungspflichten ruhen für die Dauer der Entsendung.

Ein **schlichter Arbeitgeberwechsel** führt zum Abschluss eines neuen Arbeitsvertrages mit dem aufnehmenden Unternehmen, während das Arbeitsverhältnis mit dem Stammunternehmen beendet und abgewickelt wird. Häufig wird ein vertragliches **Rückkehrrecht** zum entsendenden Unternehmen gewährt.

Eine **Entsendung** im engsten Sinn liegt vor, wenn ein Arbeitnehmer nur einen Arbeitsvertrag mit seinem Stammunternehmen hat, jedoch in dem aufnehmenden Konzernunternehmen tätig wird, **ohne sich** dabei in dessen Betriebsorganisation **einzugliedern**. Diese Variante ermöglicht „Vertrauensleute“ in ein anderes Konzernunternehmen zu entsenden, um dort Kontrolltätigkeiten iws auszuüben, ohne dass diese den Weisungen der Führungskräfte dieses Unternehmens unterliegen.

Bei einer **Arbeitskräfteüberlassung** besteht nur ein Arbeitsvertrag zum Stammunternehmen, allerdings wird der Arbeitnehmer für das aufnehmende Konzernunternehmen zur Verfolgung der betriebseigenen Interessen unter Eingliederung in dessen Betriebsorganisation tätig.

Aufgrund der Vielzahl an Gestaltungsmöglichkeit ist es aus juristischer Sicht ratsam, sich für eine dieser Varianten zu entscheiden. Darüber hinaus empfehlen wir Ihnen, klare vertragliche Vereinbarungen zu treffen, um möglichst wenig Spielraum für spätere Konflikte offen zu lassen.

Neben den arbeitsrechtlichen Aspekten ist die **steuerrechtliche und sozialversiche-**

rungsrechtliche Gestaltung zu beachten, denn in welchem Land wie viel Steuern und Sozialversicherungsbeiträge abzuführen sind, hat eine unmittelbare Auswirkung auf Sie und Ihre Mitarbeiter.

Aus IBD Sicht ist es zu empfehlen, diese Punkte vor Beginn der Tätigkeit zu überlegen und zu planen, da hier für Sie als Unternehmer einerseits ein Gestaltungsspielraum besteht und andererseits diese Punkte auch in der Vereinbarung mit Ihrem Dienstnehmer geregelt sein sollten. Damit können Sie sicherstellen, dass der grenzüberschreitende Personaleinsatz in Ihrer Payroll richtig abgebildet ist und Sie allen Ihren arbeits- und abgabenrechtlichen Verpflichtungen nachkommen.

Résumé :

Le détachement du personnel est un phénomène qui n'a cessé de progresser ces dernières années. Il existe plusieurs possibilités d'arrangements contractuels dont les conséquences juridiques et fiscales sont très diverses. D'un point de vue juridique, il est fortement conseillé d'effectuer un choix en fonction de l'objectif poursuivi pour le détachement du personnel. De plus, il est surtout important que les dispositions contractuelles des relations de travail soient précises afin d'éviter de possibles litiges.

Kontakt | Contact :

Mag. Christoph Schmidl, Steuerberater
Partner IBD Steuerberatung GmbH & Co KG
christoph.schmidl@ibdaustria.com

Mag. Elisabeth Schmidl, Rechtsanwältin
Partnerin APES LAW Andrea Posch &
Elisabeth Schmidl Rechtsanwältinnen GesbR
www.apeslaw.com



Donau Chemie:

Kontinuität als Stärke

La continuité comme force

DI James Schober ist der neue Vorstandsvorsitzende der Donau Chemie. Wie er das Unternehmen in turbulenten Zeiten leiten will, erklärt er exklusiv für die CCFA.

James Schobert est le nouveau président du Directoire de la Donau Chemie. En exclusivité pour la CCFA, il nous dévoile comment il souhaite diriger l'entreprise en cette période agitée.



© Reinhard Lang

CCFA: Sie sind seit 30.11.2017 Vorstandsvorsitzender der Donau Chemie Gruppe – was ändert sich damit?

James Schober: Für die Kunden bleibt alles beim Alten. Wir setzen nach wie vor auf Qualität – auch, oder gerade bei Commodities. Dazu ein Beispiel: Italienische Unternehmen mit ihren internationalen Wasserwegen können günstig Ware aus der ganzen Welt bekommen – und trotzdem bestellen viele ihre Produkte bei uns. Warum? Weil wir ein zuverlässiger Partner sind und verlässliche Qualität bieten. Wir schummeln nicht. Wir streben keine kurzfristig hohen Umsatzzahlen an – sondern sind für unsere Kunden über viele Jahre, ja oft sogar Jahrzehnte, ein starker und beständiger Partner. Das ist enorm wichtig, wenn es rundherum drunter und drüber geht.

CCFA: Alle Welt spricht von volatilen Märkten und Unsicherheit durch schnelle Veränderungen – beschäftigt Sie das?

JS: Veränderungen hat es schon immer gege-

ben. Wir sind es gewohnt, darauf zu reagieren. Die Donau Chemie ist ein Unternehmen, das langfristig plant und agiert. Für uns sind drei Aspekte essentiell: Sicherheit, Qualität und Umwelt. Damit sind wir erfolgreich geworden. Davor rücken wir auch nicht ab – egal, wie turbulent Märkte oder Tagesgeschäfte sein mögen.

CCFA: Wie kann die Donau Chemie als Familienunternehmen neben großen Konzernen bestehen?

JS: In unseren Business Units Chemie, Donau Carbon und Donau Kanol sind wir Produzenten und Dienstleister zugleich. Zudem sind wir mit DonauChem – was eher unüblich ist – auch Händler. Diese Vielfalt garantiert Stabilität: Ist eine Branche im Umbruch, können wir mit den anderen Produktgruppen Flauten abfangen.

CCFA: Gibt es einen typischen Donau-Chemie-Kunden?

JS: Nicht was Branche oder Größe betrifft, denn wir beliefern alle: Von der Kommune über Gewerbebetriebe bis hin zum Groß- und Einzelhandel. Und nicht überall, wo Donau Chemie drin ist, steht auch Donau Chemie drauf! Einige Eigenmarken bekannter Handelsketten werden von uns entwickelt und produziert. Auch die Lohnproduktion ist für uns ein wesentliches Geschäftsfeld. Was aber alle Donau-Chemie-Kunden trotz ihrer Verschiedenheit eint, ist ihr Qualitätsbewusstsein.

CCFA: Wie gehen Sie mit dem Thema Digitalisierung um?

JS: Digitalisierung ist eines jener Themen, das uns – wie fast alle heute – extrem beschäftigt. Wir loten derzeit praktikable Möglichkeiten für digitale Prozesse aus. E-Billing ist für uns bereits Alltag.

CCFA: Wie hält es die Donau Chemie mit dem Umweltschutz?

JS: Viele unserer Produkte tragen dazu bei, dass die Umwelt sauberer wird. Ein schönes Beispiel, wie sich dabei im Idealfall technischer Nutzen und nachhaltiges Denken ergänzen können, ist die Verwendung von Kokosnüssen in der Filtertechnik. Allein 50 Prozent des Bedarfs unserer Donau Carbon an Aktivkohle produzieren wir auf den Philippinen aus Kokosnussshalen – einem nachwachsenden Rohstoff. Mit hohem funktionalem Wert: Denn Aktivkohle kann – im Gegensatz zu chemischen Behandlungsmethoden – sogar Hormone aus dem Abwasser filtern. In diesem Zusammenhang wäre es schon längst an der Zeit, in Österreich diese Reinigungsstufe in Kläranlagen gesetzlich festzulegen. Sonst begrüße ich die hierzulande sehr strengen Umweltauflagen für die Chemie-Branche. Wir gehen hier freiwillig oft sogar noch weiter.

CCFA: Sie führen also den Weg Ihres Vorgängers fort?

JS: Ich habe mit Franz Geiger sehr konstruktiv und partnerschaftlich zusammengearbeitet. Ich kenne die Ziele und weiß aus langjähriger Erfahrung, worauf es unseren Kunden und unserem Eigentümer in Zukunft ankommen wird. So übernehme ich gemeinsam mit meinem Vorstandskollegen Bogdan Banaszczyk gerne die Aufgabe, die weitere Erfolgsgeschichte des Unternehmens verantwortlich zu gestalten. Dazu werde ich wie bisher die Nähe zu unseren Mitarbeitern und Kunden suchen.

Kontakt | Contact :

Donau Chemie AG

www.donau-chemie-group.com

EU & protection des données / EU & Datenschutz: Le compte à rebours a démarré ! Der Countdown läuft!

L'entrée en vigueur du Règlement Général sur la Protection des Données (dit « RGPD ») le 25 mai 2018 est en passe de devenir un enjeu stratégique pour les entreprises et organisations européennes. En effet, son application constitue un réel défi au vu de son échéance imminente et des nombreux changements qu'il impose. Par ailleurs, tout non-respect pourra être sanctionné par une amende pouvant atteindre jusqu'à 20 millions d'euros ou 4% du chiffre d'affaire mondial, la valeur la plus élevée prévalant.

Das Inkrafttreten der Allgemeinen Datenschutzverordnung (bekannt als „DSGVO“) am 25. Mai 2018 wird für europäische Unternehmen und Organisationen mit hoher Wahrscheinlichkeit zu einer strategischen Herausforderung. In der Tat könnte ihre Anwendung eine echte „Challenge“ für die erwähnten Gruppen bedeuten, angesichts ihrer unmittelbar bevorstehenden Umsetzungsfrist und der vielen Änderungen, die sie mit sich bringt. Darüber hinaus können bei bestimmten besonders schwerwiegenden Verstößen Geldbußen von bis zu EUR 20 Mio oder im Fall eines Unternehmens von bis zu 4 % seines gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahres verhängt werden.

L'arrivée du RGPD poursuit l'impulsion initiée par la directive européenne « 95/46/CE » datant de 1995 à l'égard du traitement des données personnelles. Ce nouveau règlement intègre ainsi de nombreuses évolutions technologiques associées au développement du « cloud », à l'augmentation du nombre d'attaques informatiques et à l'accroissement du volume de données personnelles¹ collectées. Il met également un accent particulier sur la sécurité de l'information afin de préserver la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des données personnelles. Ce règlement s'applique à toutes les organisations présentes au sein de l'Union Européenne et à toutes celles collectant et traitant des données à caractère personnel de résidents des Etats membres.

Le RGPD se caractérise par le renforcement de la protection des données personnelles, l'harmonisation des différentes réglementations au sein des Etats membres et l'introduction du principe de responsabilité. Ainsi, chaque organisation se devra de maintenir un registre des activités pour chaque traitement² de données personnelles. Cette mesure s'appliquera cependant aux organisations composées de plus de 250 employés ou celles dont le traitement des données présente un risque pour les droits et libertés des personnes.

Autre nouveauté : l'obtention obligatoire du consentement volontaire, actif et explicite du consommateur pour toute collecte de données. La saisie de formulaires en ligne ainsi que le partage de nouvelles données collectées seront donc interdits si l'accord du consommateur n'a pas été préalablement obtenu.

Quant aux données déjà collectées, celles-ci devront faire l'objet d'un nouveau consentement auprès des personnes concernées.

Dernière mesure phare : la responsabilisation des organisations, plus connue sous le principe d'« Accountability ». Celles-ci devront démontrer leur mise en conformité avec les mesures annoncées en cas de contrôle par la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (« CNIL »). De la même façon, les organisations devront notifier toute violation de données à la CNIL dans un délai de 72h. Les personnes physiques concernées par cette brèche devront être notifiées dans les meilleurs délais si le dommage engendré présente un risque élevé pour leurs droits et libertés. Enfin, la transmission ou le stockage de don-

« L'application du RGPD constitue un réel défi au vu de son échéance imminente et des nombreux changements qu'il impose. »

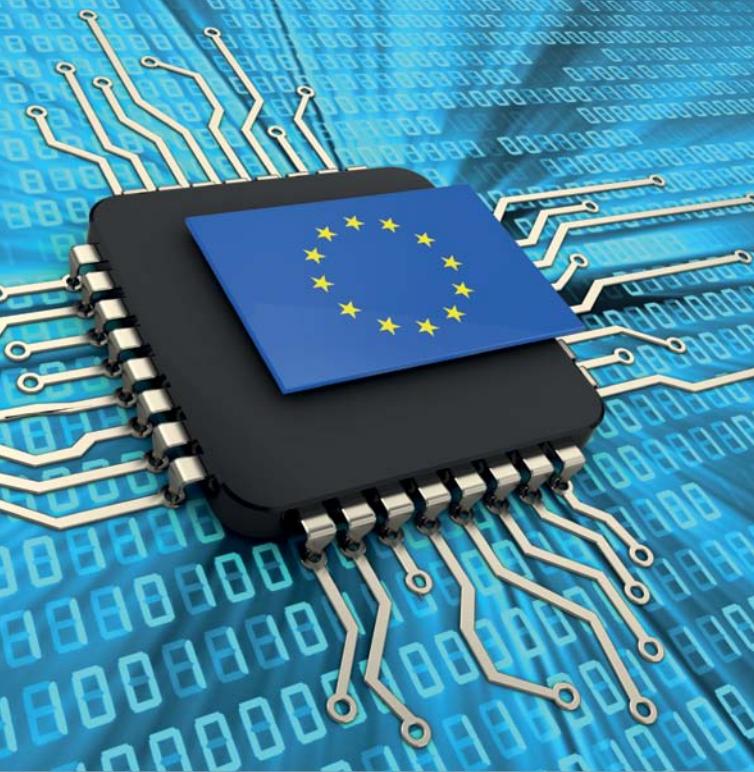
nées personnelles vers des pays où la protection des données est jugée insuffisante par la Commission européenne, deviennent interdits.

Au regard des mesures annoncées, la mise en conformité avec le RGPD peut s'avérer difficile pour certaines organisations. Selon une étude réalisée par le fournisseur de solutions de sécurité « Proofpoint » auprès d'entreprises originaires d'Allemagne, du Royaume-Uni et de France, seules 43% d'entre elles annoncent respecter intégralement les exigences imposées par ce règlement. 30% annoncent qu'elles seront prêtes avant son entrée en vigueur tandis que 27% annoncent qu'elles ne pourront pas respecter ces exigences à temps.

Pour prendre part à cette problématique, le règlement propose la nomination d'un « Délégué à la Protection des Données » (ou « Data Protection Officer »). Véritable chef d'orchestre, ses fonctions consistent à s'assurer de la conformité de l'organisation avec le règlement, de veiller à la bonne gouvernance des données et de conseiller le responsable du traitement. Même si cette initiative est vivement conseillée, sa nomination n'est obligatoire que lorsque :

- Le traitement des données est réalisé par une entité ou un organisme public
- Les activités du responsable du traitement ou du sous-traitant imposent un suivi « régulier et systématique, à grande échelle, des personnes »
- Les activités du responsable du traitement ou du sous-traitant consistent en un traitement à grande échelle de données dites « sensibles » (ex. : données de santé, données biométriques, convictions religieux, opinions politiques, ...) ou qui ont trait à des condamnations et infractions pénales

Outre les nombreux changements applicables aux entreprises et organisations, le RGPD prévoit un renforcement des droits des individus afin de mieux protéger leurs données personnelles. Cela s'inscrit par l'introduction de deux nouveaux principes : « privacy by design » et « privacy by default ». Le premier, dont l'idée a notamment été plébiscitée en 2010 lors de la 32^{ème} conférence internationale des préposés à la protection des données, assure le respect de la vie privée dès la conception des projets. Ainsi l'organisation doit par exemple concevoir son système de collecte de manière à protéger au mieux la sphère privée de l'individu. Quant au second, il permet de s'assurer que



Rédaction et contact / Redaktion und Kontakt :
Michel de CREVOISIER
Analyste en cybersécurité au sein
du « SOC » (« Security Operation Center »)
de RadarServices Autriche
Ancien VIE chez Amaris Autriche au sein
du département IT

Cet article a été rédigé dans le cadre
du partenariat „Adopte un CCEF“.

les paramètres de collecte par défaut sont enclins à offrir un niveau de protection le plus élevé possible. Ainsi l'organisation devra par exemple activer systématiquement certaines options et seul l'utilisateur pourra décocher ces options et accepter ainsi le partage de ses données personnelles. Parmi les applications directes ou indirectes de ces principes on peut citer le :

- **Droit à l'effacement** : droit d'obtenir, dans les meilleurs délais, l'effacement de ses données, lorsque par exemple le consentement a été retiré ou que le traitement est illicite
- **Droit à la limitation du traitement** : limitation du traitement lorsque la personne s'y est opposée, lorsqu'elle conteste l'exactitude des données, lorsque leur traitement est illicite, ou lorsqu'elle en a besoin pour la constatation, l'exercice ou la défense de ses droits en justice
- **Droit de rectification** : droit d'obtenir, dans les meilleurs délais, la rectification de données incomplètes ou erronées
- **Droit d'accès** : droit d'accès aux informations faisant partie d'un traitement
- **Droit à la portabilité** : droit de recevoir et transmettre les données à un autre responsable du traitement sans que le responsable du traitement initial y fasse obstacle

Par ailleurs, l'accord du titulaire de l'autorité parentale pour les moins de 16 ans est désormais requis en cas de transmission de données

personnelles. Le règlement laisse toutefois la possibilité aux Etats de rabaisser ce seuil jusqu'à l'âge de 13 ans. A titre d'illustration, le Royaume-Uni a déjà fait part de son intention d'appliquer cette mesure, en justifiant que ce seuil est « conforme à l'âge du consentement déjà fixé contractuellement par les services les plus populaires de la société de l'information qui (...) sont accessibles aux enfants ».

L'intégration du RGPD en entreprise ne doit pas être appréhendée comme une simple mise à jour des processus existants, ou encore moins comme la mise en place d'un nouveau dispositif. Et il serait par ailleurs inexact de considérer que la mise en œuvre d'une norme telle que « ISO 27001 » (relative à management de la sécurité des systèmes d'informations) suffirait à garantir la conformité d'une organisation aux exigences définies par le RGPD. Pour faciliter cette intégration, la CNIL publie sur son site un excellent guide définissant 4 grandes étapes, à savoir :

- le recensement des traitements,
- l'appréciation des risques pour mieux évoluer les potentiels impacts sur les libertés des individus,
- la mise en œuvre des mesures prévues, et
- la réalisation d'audits de sécurité périodiques.

Il convient par ailleurs de ne pas se laisser piéger par les scénarios d'arnaques classiques (appel téléphonique, hameçonnage, numéro surtaxé, etc.) perpétrés par des entreprises peu scrupuleuses et soit disant mandatées par la CNIL. On retrouve également de nombreux produits « certifiés RGPD » (tels que des antivirus) mais dont les motivations principales ne sont ni plus ni moins que commerciales.

Pour terminer, on soulignera l'absence actuelle de certification « RGPD » agréée par un organisme officiel, bien que définie et encouragée par l'article 42 du règlement. En effet, il n'existe pas encore de certification approuvée par la CNIL, si ce n'est la certification « AFAQ » développée par l'AFNOR (« Association Française de Normalisation ») et dont l'approbation est en attente de validation.

L'application du RGPD sous les drapeaux de l'Union Européenne ouvre donc de nouveaux horizons aux organisations. Il leur permet ainsi de reprendre la main sur un patrimoine de données personnelles souvent éparpillées et oubliées par le temps. Dans un esprit d'union et d'harmonisation, il permettra de nombreuses simplifications substantielles aux organisations internationales dont la gestion juridique dans de nombreux pays s'était complexifiée. Enfin, la CNIL rappelle que la date d'échéance n'est pas une date-couperet, mais qu'un premier pas devra avoir été franchi concernant les fondamentaux du RPDG. ↗ ↘

Remarque: des informations complémentaires sont disponibles dans l'article de DORDA (p.7) paru dans l'édition de mars 2017 du Caléidoscope (2/17).

¹ Une donnée est qualifiée de personnelle dès lors qu'elle permet d'identifier une personne physique directement ou indirectement (ex. : nom, situation familiale, niveau de poste, consommation téléphonique, bonus, opinions politiques, données biométriques ...)

² Un traitement est défini par une suite d'opérations, manuelles ou automatisées, concernant les données personnelles (ex. : enregistrement, consultation, collecte, destruction, ...)

Sources / Quellen:

- Etude Proofpoint : <https://www.proofpoint.com/fr/resources/white-papers/gdpr-readiness>
- Guide CNIL : <https://www.cnil.fr/fr/un-nouveau-guide-de-la-securite-des-donnees-personnelles>
- Arnaques RGPD : <https://www.linformaticien.com/actualites/id/47174/la-cnil-alerte-sur-des-arnaques-au-rgdpx.aspx>
- Certification AFAQ : <https://certification.afnor.org/numerique/certification-afaq-protection-des-donnees-personnelles>

L'Oréal Österreich: Eine 50-jährige Erfolgsgeschichte 50 ans de succès

Am 30. November 2017 feierte der weltweite Kosmetik-Leader L'Oréal sein 50-jähriges Bestehen in Österreich. Die CCFA war dabei und berichtet über die Erfolgsgeschichte von L'ORÉAL in Österreich und wie der Konzern die Weichen für den Erfolg der nächsten 50 Jahre stellen wird.

Le 30 novembre 2017, L'Oréal, le leader mondial du cosmétique, a célébré, lors d'une soirée d'exception, son cinquantième anniversaire en Autriche. La CCFA y était présente et revient sur l'histoire de L'Oréal en Autriche et présente comment le groupe pose les jalons de sa réussite pour les 50 prochaines années.

söhnlich die sensationelle Entdeckung des französischen Chemikers Eugène Schueller kennenzulernen. Dieser hatte 1907 den ersten synthetischen Farbstoff und damit das erste schonende Haarfärbemittel entwickelt. Die Entdeckung führte bekanntlich 1909 zur Gründung von L'ORÉAL. Nefzger traf Schueller in Paris und kam 1912 mit der Lizenz für den Vertrieb der neuen Haarfarbe nach Wien zurück.

Von nun an importierte die neu gegründete Firma Nefzger L'ORÉAL Produkte nach Österreich und exportierte diese auch schon bald in die Nachbarländer. Der visionäre Friseur gründete eine eigene Produktionsstätte, investierte heftig in die Werbung und baute damit seine Stellung am Markt immer mehr

L'ORÉAL Produits de Luxe, mit ihrem selektiven Markenportfolio und 1994 Cosmétique Active, für apotheke-exklusive Dermkosmetik-Marken. Alle drei L'ORÉAL Niederlassungen wurden 2007 zur Firma L'ORÉAL Österreich verschmolzen, welche nun sämtliche Vertriebskanäle der Kosmetik belieferte und damit die Marktführung in Österreich übernahm. Heute belegt jede der vier Divisionen Platz 1.

2007-2017: Das neue L'ORÉAL. Die massiven Veränderungen der Welt im letzten Jahrzehnt haben auch die Erwartungen und Bedürfnisse unserer Konsumenten stark gewandelt. Dank eines umfassenden Transformationsprozesses hat sich L'ORÉAL – auch in Österreich – bestens gerüstet und rechtzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt. Das neue L'ORÉAL stellt den Konsumenten noch mehr in den Mittelpunkt und ist noch nachhaltiger und digitaler. Unsere Ambition ist es, nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht ein Vorbild zu sein, sondern auch in Bezug auf unsere Verantwortung als Corporate Citizen. 



v.l.n.r.: Dr. Alexandra Pifl, Director Corporate Communications, Public Affairs, CSR & Sustainability L'Oréal Österreich, S.E. François Saint-Paul, Botschafter Frankreichs in Österreich, Klaus Fassbender, Geschäftsführer L'Oréal Österreich, Dr. Andrea Schmoranzer-Jerabek, General Manager L'Oréal Luxe

Von der Generalvertretung zur 1. Filiale. Im Herbst 1967 wurde die erste Filiale von L'ORÉAL in Österreich gegründet. Sie hieß Haarkos GmbH und vertrieb ihre Produkte nur in den beiden Vertriebskanälen Frisiersalons und Drogerien. Doch die Geschichte von L'ORÉAL begann hierzulande bereits 1912 und ist eine gelungene Symbiose von innovativem Forschergeist und Unternehmergeist eines nach Neuem Ausschau haltenden Österreicher: 1910 brach der Wiener Friseur Adolf Nefzger nach Paris auf, um per-

aus. 1949 folgte ihm sein Sohn Gustav nach und wurde dann auch nach der Filialgründung 1967 erster Geschäftsführer der Haarkos GmbH. Nefzgers Sohn Gustav junior arbeitete noch bis 1994 im Unternehmen.

1967-2007: Von drei Einzelfirmen zum Kosmetikmarktführer. Während Haarkos rasant wuchs und laufend neue Marken lancierte, entstanden aus früheren Generalvertretungen zwei neue L'ORÉAL Niederlassungen: 1988 die Firma Parcofrance, später



Kontakt | Contact :
L'ORÉAL Österreich, Dr. Alexandra PIFL
Director Corporate Communications,
Public Affairs & CSR, Ethikbeauftragte
+43 1/536 51 284
alexandra.pifl@loreal.com

Sanofi Österreich: Familienfreundlicher Top Employer

Un top employeur favorable à la famille

Sanofi ist ein weltweit anerkannter und attraktiver Arbeitgeber, der auf die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter achtet. Das spiegelt sich auch in zahlreichen nationalen und internationalen Auszeichnungen wider.

Sanofi est un employeur attractif reconnu dans le monde entier qui est à l'écoute des besoins de ses employés. Cette approche lui vaut ainsi de nombreuses distinctions nationales et internationales.

Sanofi Österreich wurde im November 2017 erneut mit dem staatlichen Zertifikat „berufundfamilie“ für familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet. Als Arbeitgeber sieht es Sanofi als wichtige Aufgabe, den Mitarbeitern in jeder Phase der Lebensplanung einen gesundheitsfördernden Arbeitsplatz zu bieten. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist hierbei ein wesentlicher Faktor, der sich auch in der Mitarbeiterbindung, -motivation und -identifikation direkt widerspiegelt.

Zertifiziert nach dem Audit „berufundfamilie“
 „Das Audit „berufundfamilie“ unterstützt dabei, die Zukunft im Blick zu haben und eine kontinuierliche Verbesserung im Bereich familienbewusste Unternehmenskultur voranzutreiben“, erklärt Mag. Sabine Radl, Geschäftsführerin von Sanofi Österreich. Sie sieht die Auditierung auch als wichtige Begleitmaßnahme des Wachstumsprozesses der letzten Jahre: „In den letzten Jahren ist Sanofi Österreich kontinuierlich gewachsen und 2017 standen wir vor der spezifischen Herausforderung, zahlreiche neue Mitarbeiter aus anderen Unternehmen zu integrieren. Die erneute Auditierung unterstützte diesen Prozess und ist darüber hinaus ein willkommener Anlass, in Kooperation mit den Mitarbeitern die bestehenden Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie weiter auszubauen.“

Mit der Initiative „Leben und Arbeiten bei Sanofi“ gibt es bereits ein umfassendes Programm, das mit diversen Initiativen auf das Thema Work-Life Balance abzielt und



v.l.n.r.: Mag.^a Sabine Lang, Head of Communications Sanofi Österreich, Mag.^a Sabine Radl, Geschäftsführerin Sanofi Österreich, MMag.^a Dr.in Sophie Karmasin, ehem. Bundesministerin für Familien und Jugend und Christine Dutzi, Msc, Leiterin des Audit-Projekteams bei Sanofi.

auf den fünf Säulen Arbeitszeit, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Gesundheit, Aus- und Weiterbildung sowie Altersvorsorge beruht.

„Top Employer 2018“

Darüber hinaus wurde Sanofi 2018 erstmals als „Top Employer 2018“ in Europa ausgezeichnet. Die jährliche Untersuchung des unabhängigen Top Employers Institute würdigt bedeutende Arbeitgeber: Ausgezeichnet werden Unternehmen, die ihren Mitarbeitern hervorragende Arbeitsbedingungen bieten, diese fördern und Talente auf allen Unternehmensebenen weiterentwickeln sowie ihre Personalstrategie und Mitarbeiterbedingungen kontinuierlich optimieren. Bewertet werden dabei die Mitarbeiterangebote und Arbeitsbedingungen unter anderem nach Kriterien wie Talentstrategie, Training und Entwicklung, Leistungsmanagement, Vergütung und Sozialleistungen sowie Unternehmenskultur.

Résumé :

En novembre 2017, Sanofi Österreich a remporté une nouvelle fois le certificat autrichien « travail et famille » pour la promotion d'une politique favorable à la famille. En tant qu'employeur, Sanofi considère qu'il est important de pouvoir offrir des conditions de travail saines et motivantes lors

de toutes les étapes de la vie de ses employés. « L'audit „travail et famille“ aide à garder le contrôle sur l'avenir et soutient l'amélioration continue d'une culture d'entreprise en faveur de la famille. » explique Sabine Radl, directrice Sanofi Österreich. Elle considère de plus l'audit comme une importante mesure d'accompagnement de la croissance de Sanofi ces dernières années car il a permis l'intégration de nombreux nouveaux employés venus d'autres entreprises. En 2018, Sanofi est devenu le « Top Employeur 2018 » d'Europe. Le « Top Employer Institute » décerne tous les ans ce prix aux grandes entreprises qui offrent des conditions de travail exceptionnelles, promeuvent les talents, se développent à tous les niveaux de l'entreprise et optimisent leurs stratégies des ressources humaines.

Kontakt | Contact :

Sanofi-Aventis GmbH, Österreich

Mag. Sabine Lang, Head of Communications
Leonard-Bernstein-Straße 10, 1220 Wien
sabine.lang@sanofi.com

www.sanofi.at



AIRFRANCE

FRANCE IS IN THE AIR



IHRE WOHLFÜHLOASE

Genießen Sie die Privatsphäre unserer Premium Economy-Kabine.

Savencia Fromage & Dairy Österreich: Österreich liebt französischen Käse! L'Autriche aime le fromage français !



2017 war für Savencia Fromage & Dairy Österreich GesmbH mit zahlreichen Aktivitäten rund um die strategischen Marken wie BRESSO, BRUNCH und CAPRICE DES DIEUX erneut ein aufregendes und erfolgreiches Jahr.

Avec les nombreux événements organisés autour de leurs marques stratégiques telles que BRESSO, BRUNCH et CAPRICE DES DIEUX, 2017 fut une année couronnée de succès pour Savencia Fromage & Dairy Österreich GesmbH.

Begonnen hat das Jahr 2017 mit einem Schwerpunkt für **BRESSO** und einer Teilnahme an der Markenartikelkampagne, die von einer TV-Welle begleitet wurde. Eine 2. TV-Welle im Herbst unterstützte die große Promo „Lebensfreude“, mit der auch der Relaunch der Marke Bresso inkl. neuem Logo und modernisiertem Packaging gefeiert wurde.

BRUNCH startete mit einer ersten TV-Welle und dem sehr erfolgreichen 1.001-Nacht Saisonpaar (Hummus & Harissa) ins Jahr 2017. Eine zweite, große 360°-Kampagne wurde im Herbst kreiert: Neben einer TV-Welle konnte das Brunch Blogger-Dinner in Kooperation mit österreichischen Bloggern (mintnmelon, law of baking und aboutverena) für große Reichweite innerhalb der kochaffinen Zielgruppe sorgen. Mit der Einführung des Saisonpaars „Aphrodite & Adonis“ sowie der neuen Österreich-Sorte

„Pesto mit Kürbiskernen“ kamen die Konsumenten im September in den Genuss weiterer Brunch-Sorten.

FOL EPI war der Star des Sommers! Die TV-Welle kommunizierte den Relaunch von Fol Epi Extra fines (neuer französischer & weiblicher Look) und im Rahmen einer Blogger-Kooperation wurde Fol Epi Extra fines als unkonventioneller Snack inszeniert und sorgte für extra feine Umsätze!

Im Herbst 2017 folgte dann das Highlight des Jahres: **CAPRICE DES DIEUX**, die französische Weichkäse-Marke schlechthin, wurde gelauncht. Breit gestreut in ganz Österreich, gab es zahlreiche Verkostungs-Einsätze im Lebensmittelhandel. Ein Gewinnspiel, bei dem eine Reise nach Paris verlost wurde, erfreute sich großer Teilnehmerzahlen. Weitere on- und offline-Aktivitäten trugen zu einem erfolgreichen Start in Österreich bei.

Im Oktober wurde erstmals **CHAVROUX** ins Rampenlicht gerückt: Für den beliebten, milden Ziegenkäse wurde eine crossmediale Kampagne in Kooperation mit dem Magazin Gusto entwickelt.

SAINT ALBRAY, der französische Weichkäse mit den runden Ecken, sorgte für einen krönenden Abschluss: Eine TV-Welle unterstützte die bereits 3. Auflage des beliebten Gewinnspiels „Frankreichs schönste Ecken“, bei der es dieses Mal sogar ein Auto zu gewinnen gab. 

Résumé :

L'année 2017 a commencé avec **BRESSO** et une campagne marketing accompagnée de deux vagues publicitaires télévisées faisant notamment la promotion du relancement de la marque Bresso (nouveau logo et packaging) à travers la devise de la « joie de vivre ».

BRUNCH a débuté l'année en force avec une première campagne télévisée et le lancement d'une variation saisonnière (hummus & harissa) qui a rencontré un franc succès. Une seconde campagne de grande envergure a été lancée en automne 2017 : en plus d'une campagne télévisée, un dîner auquel ont pris part de nombreux blogueurs a permis de faire encore mieux connaître le produit à un public exigeant qui aime cuisiner.

FOL EPI a été la star de l'été ! La campagne télévisée a annoncé le relancement de Fol Epi Extra fines avec un look plus français, plus féminin et plus snacking.

À l'automne 2017, **CAPRICE DES DIEUX** a été le produit phare de l'année 2017. Partout en Autriche, de nombreuses dégustations furent organisées dans les commerces. Un concours avec comme premier prix un voyage à Paris ainsi que de nombreuses activités en ligne et offline ont contribué au lancement de Caprice des Dieux.

En octobre, **CHAVROUX** a été pour la première fois mis en valeur par une campagne développée en collaboration avec le magazine Gusto.

SAINT ALBRAY, le fromage français par excellence aux bords ronds a clôturé en beauté avec une campagne télévisée soutenue par la 3ème édition du concours « Les plus beaux coins de France » et avec comme premier prix une voiture. 



Kontakt | Contact :

Savencia Fromage & Dairy Österreich GesmbH

Malissa de Ronseray

Malissa.deronseray@savencia-fd.at

Tel : +43 1 586 0351 12

Davidgasse 87-89, 1100 Wien



Neuer Health Club im Herzen von Wien

Entspannung nach einem harten Arbeitstag oder Auspowern am Wochenende: Der „Vienna Marriott Health Club“ bietet das perfekte Freizeit-Programm für individuelle Ansprüche.

Die Wiener Innenstadt hat einen neuen Hotspot: Auf einer Fläche von 570 Quadratmetern eröffnete am Parkring 12a Ende 2017 der „Vienna Marriott Health Club“, der speziell für die Bedürfnisse sportaffiner Gäste und Kunden konzipiert wurde: So verfügt der Club über einen bestens ausgestatteten Fitnessbereich mit hochwertigen Technogym-Geräten sowie ein 12-Meter Indoor-Pool. Damit auch Wellness-Liebhaber auf ihre Kosten kommen, wurde ein großzügiger Bereich mit Aroma-Dampfbad, einer Infrarot-Sauna, zwei Ruhebereichen sowie zwei finnischen Saunen eingerichtet, deren eine den Ladies vorbehalten ist. Neben Yoga-Einheiten mit Natalie Allison bietet Health Club Manager Benjamin Rauscher, selbst Personal Trainer mit langjähriger Erfahrung, auch individuell abgestimmte Trainingseinheiten an. Rauscher: „Kleine, exklusive Trainings fördern natürlich die persönliche Beziehung zu den Kunden. Man kann so ihren

Wünschen und Anforderungen besser entsprechen.“ Perfekt abgerundet wird das Angebot durch spezifische Wohlfühlmassagen (z.B. „Detox Aromaöl“), die den Gästen genau dieses Gefühl bescheren, welches das Vienna Marriott Hotel auch zum Slogan des Health Clubs gemacht hat: „Come to feel good!“ Ausprobieren lohnt sich! ↗

Öffnungszeiten:
24/7 (Pool: Montag bis Sonntag 07:00-22:00)

Résumé :

Le centre-ville de Vienne a une nouvelle adresse incontournable: le « Vienna Marriott Health Club ». Ce centre de fitness d'une surface de 570m² a ouvert ses portes fin 2017 sur le ring (am Parkring 12a) et a été spécialement conçu pour les amateurs de sport. Ce club est l'un des fitness les mieux équipés et dispose d'appareils « technogym » ainsi que d'une piscine de 12 mètres. Les amateurs de spa y trouveront également leur bonheur car le club comprend un vaste espace incluant un hammam, un sauna infrarouge, deux espaces de détente ainsi que deux saunas finnois dont l'un exclusivement réservé aux femmes. En plus des cours de yoga animés par Natalie Allisson, le directeur du Health Club, Benjamin Rauscher, dispose de nombreuses années d'expérience et offre des cours personnalisés: « Des courtes séances exclusives d'entraînement favorisent la relation personnelle avec le client. Il est donc plus facile de répondre à ses souhaits et exigences de manière individuelle. » dit-il. L'offre est complétée par des massages relaxants personnalisés tel que « l'huile aromatique détox » qui donnent le sentiment correspondant exactement au slogan du club : « Come to feel good ! » ...et cela vaut la peine d'essayer ! ↗

Heures d'ouverture :
24/7 (Piscine : du lundi au dimanche 7h - 22h)

Kontakt | Contact :

Vienna Marriott Hotel Health Club
Parkring 12a
1010 Wien
Telefon: +43 1 515 18 66 99
www.viennamarriott.at



Expat.com, la référence des expatriés

Mettre en relation et aider les expatriés en Autriche et dans le reste du monde : c'est la mission que relève Expat.com depuis plus de 12 ans. En proposant informations, conseils et services, la plateforme accompagne aujourd'hui plus de 2 millions de membres.

Dédiée à la mobilité internationale, Expat.com est la plateforme de référence pour celles et ceux qui vivent ou souhaitent vivre à l'étranger. Depuis 2005, elle fournit gratuitement aux expatriés et futurs expatriés informations, services et réseau : c'est l'outil incontournable pour réussir son expatriation.

Entièrement gratuit, le média propose en effet un ensemble de contenus et services à ses membres afin de les accompagner tout au long de leur projet d'expatriation. Ils peuvent ainsi trouver des informations sur la vie réelle en expatriation, poser leurs questions, dialoguer avec les autres expatriés, trouver ou proposer un emploi, un logement, et bien plus encore !

Expat.com continue ainsi de séduire une audience croissante : le site a franchi récemment le seuil symbolique des 2 millions de membres, et a été consulté cette année par plus de 10 millions de personnes à travers le monde, soit une hausse de près de 50% par rapport à l'année précédente.

Pour accompagner sa croissance, l'entreprise membre de la French Tech axe aujourd'hui son développement sur la création d'un réseau de représentations locales. Un projet qui s'accompagnera d'un renforcement de sa





collaboration avec la CCFA et les autres chambres de commerce France International à travers le monde. 

Zusammenfassung:

Expat.com ist der internationalen Mobilität gewidmet und ist die Referenzplattform für diejenigen, die im Ausland leben oder leben möchten. Seit 2005 bietet es Expatriates und zukünftigen Expatriates kostenlose Informationen, Dienstleistungen und ein besonderes Netzwerk: Es ist das wesentliche Instrument für eine erfolgreiche Aus- bzw. Einbürgerung. Es besteht beispielsweise die Möglichkeit, Informationen über das Leben im Zielland zu finden, Fragen zu stellen, mit anderen Expats zu interagieren, einen Job zu finden oder anzubieten. Expat.com zieht weiterhin ein wachsendes Publikum an: Die Website hat kürzlich die Schwelle von 2 Millionen Mitgliedern überschritten und wurde in diesem Jahr von mehr als 10 Millionen Menschen auf der ganzen Welt konsultiert. Das entspricht einer Zunahme von fast 50 % im Vergleich zu der des Vorjahrs. Um sein Wachstum zu unterstützen, konzentriert sich das Mitgliedsunternehmen von French Tech jetzt auf die Schaffung eines Netzwerks lokaler Vertretungen. Ein Projekt, das mit einer Stärkung der Zusammenarbeit mit der CCFA und den anderen Internationalen Handelskammern Frankreichs in der ganzen Welt kollaborieren wird.

Kontakt | Contact :

Expat.com
Julien Faliu
Fondateur et Directeur
julien@expat.com
www.expat.com

Good France: Das internationale Gastronomie-Event

Planen Sie Ihren Restaurant-Besuch am 21. März im Rahmen des Gastronomie-Events Good France und nützen Sie die Gelegenheit, Ihre Geschäftspartner zu einem französisch-österreichischen Diner einzuladen.

Zum 4. Mal bieten Küchenchefs zu Frühlingsbeginn im Rahmen des internationalen Gastronomie-Events Good France ein Menu an, das sich durch eine Neu-Interpretation der französischen Küche mit heimischen Produkten auszeichnet. 2010 wurde das „Französische Mahl“ zum immateriellen UNESCO-Weltkulturerbe ernannt. Seit 2015 zelebrieren weltweit tausende Köche am 21. März die französische Küche. Der kulinarische Brückenschlag zwischen Frankreich und Österreich steht für die nachhaltige Küche und ist eine Hommage an zeitlose Werte wie Genuss und dem Anspruch einer gesunden Ernährung für Mensch und Umwelt.

Reservierung direkt beim Restaurant Ihrer Wahl.

- **Teilnehmende Restaurants in Österreich auf:** www.ambafrance-at.org
- **Teilnehmende Restaurants weltweit auf:** www.goodfrance.com 

Goût de France : l'évènement gastro-nomique mondial

Dînez à la française dans le cadre de l'initiative gastronomique Goût de France/Good France et profitez de cette occasion pour inviter vos partenaires professionnels à un dîner franco-autrichien le 21 mars 2018.

Pour la 4ème édition de l'évènement gastronomique international Goût de France, les chefs des restaurants participants élaborent un menu basé sur une nouvelle interprétation de la cuisine française, en mettant les produits locaux à l'honneur. En 2010, l'UNESCO inscrit le repas gastrono-



Mini Palais (Restaurant des Hotels „Grand Palais“ in Paris)

mique des Français au patrimoine immatériel de l'humanité. Depuis 2015, des milliers de chefs célèbrent le 21 mars la cuisine française. Le pont culinaire entre la France et l'Autriche valorise le « bien manger » et la cuisine durable, et incarne un hommage à des valeurs intemporelles telles que le plaisir et l'exigence d'une nourriture meilleure pour la santé et l'environnement. 

Réservez directement auprès du restaurant de votre choix.

- **Les restaurants participants en Autriche sur :** www.ambafrance-at.org
- **Restaurants participants dans le monde sur :** www.goodfrance.com



Kontakt | Contact :

Angelika Le Brun
Tel: +43 1 502 75 120
angelika.le-brun@diplomatie.gouv.fr
Ambassade de France en Autriche / Französische Botschaft in Österreich

“

MORE THAN JUST FACTS & FIGURES”

YOUR GLOBAL PARTNER EVERYWHERE

#Independence
#TechnicalExcellence
#Integrity
#Responsibility
#Stewardship
www.mazars.at
www.mazars.com

86 
**COUNTRIES AND
TERRITORIES**
20 000
PROFESSIONALS
ONE TEAM

MAZARS GmbH
Wirtschaftsprüfungs-
und Steuerberatungsgesellschaft
Am Heumarkt 10, A-1030 Vienna
Tel: +43 (0) 1 367 16 67 10
Email: office@mazars.at

AUDIT | ACCOUNTANCY | ADVISORY SERVICES | TAX | LAW



Vermittler zwischen zwei Welten

« Facilitator » entre deux mondes

Im Dezember 2017 hat Herr Mag. Günther Mayrleitner die Geschäftsführung von Mazars Österreich übernommen, ein Unternehmen, welches er seit fast 15 Jahren begleitet. Ein Mann mit einer ebenso zurückhaltenden wie liebenswerten Persönlichkeit offenbart seine Karriere, seine Ambitionen für Mazars und seine besondere Beziehung zu Frankreich.

En décembre 2017, Günther Mayrleitner, originaire de la Haute-Autriche, prend la direction de Mazars Autriche qu'il connaît comme sa poche puisqu'il l'accompagne depuis sa création il y a plus de 15 ans. Un homme à la personnalité à la fois réservée et attachante qui nous révèle son parcours, ses ambitions pour Mazars et son rapport tout particulier à la France.

Herr Mag. Mayrleitner, Sie sind schon seit 2003 bei Mazars und seit Dezember 2017 der neue Geschäftsführer von Mazars. Wie kamen Sie zu Mazars?

Mag. Günther Mayrleitner: Der Ausgangspunkt für diesen Weg wurde schon früh gelegt nämlich damit, dass ich mich dazu entschieden habe, nicht das Gymnasium, sondern eine Handelsakademie zu besuchen. Dort hatte ich im Fach Rechnungswesen einen Professor, der mein Interesse an diesem Themenbereich geweckt hat. Bereits nach der Matura hatte ich mich dazu entschieden, den Weg zur Ausbildung zum Steuerberater einzuschlagen. Aus diesem Grund habe ich mich für ein Studium entschieden, welches praxisnah ist und effizient zu diesem Ziel führt. In Wiener Neustadt habe ich in der Folge eine der ersten Fachhochschulen in Österreich besucht, und mich auf Revisionen und Treuhandwesen sowie auf Finanz- und Vermögensberatung spezialisiert. Nach Abschluss meines Studiums habe ich im Jahr 2001 in der BDO meinen beruflichen Werdegang

gestartet. Nach zwei Jahren habe ich den Arbeitgeber gewechselt und bin so zu Mazars gekommen. Damals waren wir noch mit einer Steuerberatungsgesellschaft im 7. Bezirk verbunden, 2005 haben wir uns schließlich gesellschaftsrechtlich getrennt und Mazars Österreich entstand als eigene Gesellschaft die seither Teil des weltweiten Konzerns ist. Die drei Personen waren damals Peter Ernst, ein Kollege, der uns zwischenzeitlich verlassen hat und ich. Gemeinsam haben wir das Unternehmen Schritt für Schritt aufgebaut. Ich

habe 2006 die Steuerberatungsprüfungen und 2009 die Prüfungen zum Wirtschaftsprüfer in der in der Kammer der Wirtschaftstreuhänder in Wien abgelegt. Partner von Mazars wurde ich bereits 2013 und Geschäftsführer bin ich seit Dezember 2017.

CCFA: Seit 15 Jahren begleiten Sie Mazars. Was hält Sie so lange bei dem Unternehmen?

GM: Ich habe mich immer als Berater und als Generalist gesehen mit einem Blick für Zusammenhänge und wollte mich nicht zu früh zu sehr in einem Fach spezialisieren. Daher habe ich nicht die großen Kanzleien (big 4) als Arbeitgeber gewählt sondern eine Kanzlei, in der man sehr vielfältig tätig werden kann. Warum bleibe ich? Weil es kurz gesagt immer Herausforderungen gegeben hat. Mit nur drei

“Im Unterschied zu den großen und dominierenden international tätigen Gesellschaften in unserer Branche ist Mazars nicht anglo-amerikanisch, sondern französisch-europäisch geprägt”

Mitarbeitern waren wir zu Beginn sehr klein und boten trotzdem eine breite Palette an Beratungsleistungen für eine internationale Klientel an. Es hat seither viele Entwicklungsstufen gegeben, die jede ihre Herausforderungen hatte. Nun sind wir eine mittelständische Kanzlei mit 20 Mitarbeitern und haben uns in Abteilungen organisiert: Outsourcing, Tax und Audit. Eine wachsende Organisation zu begleiten ist sehr spannend, außerdem sind wir in einem dynamischen internationalen Umfeld tätig und gerade diese Internationalität schafft eine abwechslungsreiche Tätigkeit. Im Unterschied zu den großen und dominierenden international tätigen Gesellschaften in unserer Branche sind wir nicht anglo-amerikanisch, sondern französisch-europäisch geprägt.

Nun sind wir eine mittelständische Kanzlei mit 20 Mitarbeitern und haben uns in Abteilungen organisiert: Outsourcing, Tax und Audit. Eine wachsende Organisation zu begleiten ist sehr spannend, außerdem sind wir in einem dynamischen internationalen Umfeld tätig und gerade diese Internationalität schafft eine abwechslungsreiche Tätigkeit. Im Unterschied zu den großen und dominierenden international tätigen Gesellschaften in unserer Branche sind wir nicht anglo-amerikanisch, sondern französisch-europäisch geprägt.



Mag. Günther Mayrleitner

Mag. Günther Mayrleitner, privat:

Geboren am 14.2.1977 in Oberösterreich

Studium an der Fachhochschule Wiener Neustadt

Familienstand: Ledig, eine Tochter

Hobbies: Skifahren, Fitnesscenter, Kaffeehäuser

Lebensphilosophie: „Einen Vorsprung im Leben hat, wer da anpackt, wo die anderen erst einmal reden.“ (John. F. Kennedy)

CCFA: Was ist Ihrer Meinung nach die größte Herausforderung bei Mazars zu arbeiten?

GM: Gerade das, was die Arbeit interessant macht, kann auch Herausforderung sein. Wir bieten mit einem nach wie vor überschaubaren Team wie gesagt eine breite Palette von Leistungen an: Lohnverrechnung, Buchhaltung, Bilanzierung, Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung, Due Diligence und Transaktionsberatung. Zu einem nicht unwesentlichen Teil betreiben wir auch Projektgeschäft. Bei Mazars zu arbeiten verlangt neben Flexi-



Mazars in der Welt - Überblick:

- 20.000 Mitarbeiter
- Sitz in Paris
- In 86 Ländern präsent
- Umsatz: 1.365 Mio (31. August 2016)

Mazars Österreich - Überblick:

- 20 Mitarbeiter
- Gründungsjahr: 2005

v.l.n.r.: Herbert Mayrhofer, Verena Ziegler, Ingrid Steiner und Günther Mayleitner

bilität auch einen unternehmerischen Zugang und die Bereitschaft, sich überdurchschnittlich und laufend breit weiterzubilden. Die Rasanz der Veränderung nicht nur in der nationalen Gesetzgebung, sondern auch in europarechtlichen Vorgaben hat meines Erachtens eine gewisse Spitze erreicht. Damit bieten wir jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter ein weites Betätigungsfeld und sind bestrebt weiter zu wachsen.

CCFA: Mazars wurde in Frankreich gegründet und ist für viele französischen Firmen in Österreich – sowie im Rest der Welt – der erste Ansprechpartner. Was ist Ihr persönlicher Bezug zu Frankreich?

GM: Mein Bezug zu Frankreich ist ein sehr persönlicher, welcher besonders durch meinen frankophilen Onkel geprägt ist. Er hat Französisch studiert und beherrschte die Sprache ausgesprochen gut. Sein ganzes Leben hatte er sich sehr intensiv für den interkulturellen Austausch zwischen Österreich und Frankreich engagiert und wurde mit dem "Ordre des Palmes Académiques" ausgezeichnet - eine der höchsten Auszeichnungen in Frankreich für Verdienste für das französische Bildungswesen. In der Familie besteht also ein sehr intensiver Bezug zur französischen Kultur. Ich selbst habe Französisch in der Schule und im Studium gelernt, bin mit der Sprache nunmehr aber wenig konfrontiert, da sich Mazars in den letzten 15 Jahren zu einem in 86 Ländern ansässigen internationalen Konzern entwickelt hat, dessen Konzernsprache Englisch ist.

CCFA: Über Welche Neuigkeiten können Sie seit 2017 berichten?

GM: Wir bemerken doch sehr intensiv, dass sich die Wirtschaft anzieht, was vor

allem in der Steuerberatung, speziell in den Bereichen Transaktionen, Firmenkäufe und Firmenübernahme, spürbar ist. Wir haben derzeit zahlreiche Projekte im Bereich der Transaktionsberatung (Kauf und Verkauf, Due Diligence), waren Berater in der größten gewerblichen Immobilientransaktion im Jahr 2017 und begleiten gerade einen französischen Investor in Österreich.

CCFA: Wir würden Sie Ihren Managementstil beschreiben?

GM: Wir sind eine international tätige Kanzlei und haben flache Hierarchien. Alle Mitarbeiter bei Mazars Österreich sind miteinander per Du. Mein Managementstil ist im Sinne der Werte von Mazars ein kooperativer. Es herrscht das Prinzip der offenen Türen und wir arbeiten im Sinne des Wohls unserer Klienten eng zusammen.

CCFA: Wie sehen Sie Ihre Rolle als VIP-Mitglied der CCFA?

GM: Mazars stammt ursprünglich aus Frankreich und wir fühlen uns der französischen Kultur und Frankreich als unserer Mutterland sehr verbunden. Wir sehen uns als ersten Kontakt für französische Firmen in Österreich und möchten eben zu diesem Austausch zwischen Österreich und Frankreich weiterhin beitragen. Außerdem sehen wir uns als Facilitator zwischen den Ländern bzw. "Welten", die wir beide gut kennen. Den Austausch bzw. den Ausgleich auf der wirtschaftlichen Ebene zu pflegen ist Teil unserer Kernkompetenzen, deswegen auch die tiefe Verbundenheit mit der CCFA und unser Wunsch, weiterhin eine aktive Rolle als VIP-Mitglied bei der Handelskammer spielen zu können.

Résumé :

Après des études avec comme spécialisation le conseil financier et les révisions dans l'une des premières Hautes Écoles d'Autriche à Wiener Neustadt, Günther Mayleitner a débuté sa carrière en 2001 chez BDO. Deux ans plus tard, il continue chez Mazars qui était encore à l'époque rattaché au cabinet Hackl & Co dans le 7ème arrondissement. En 2005, en compagnie de ses deux partenaires dont Peter Ernst, il décide de poursuivre l'activité de Mazars de manière indépendante. En 2006, il passe l'examen en conseil fiscal, puis en 2009, l'examen d'économie à la Chambre des Comptables à Vienne. Il devient partenaire de Mazars en 2013 et en prend la direction en décembre 2017. Selon Günther Mayleitner, un des plus gros challenges auquel il est confronté consiste à travailler avec une relativement petite équipe de 20 collaborateurs dans un contexte international et de couvrir une large offre de services dont le calcul salarial, la comptabilité, le conseil fiscal, l'audit et le conseil en transactions. De plus, au vu des nouvelles lois de l'UE, Mazars se devra de croître et de se spécialiser encore davantage dans les prochaines années. Günther Mayleitner tient son affinité pour la France de par son oncle, vrai francophile qui, pour son engagement exceptionnel envers la France, a été décoré de l'Ordre des Palmes Académiques. Sur un plan général, Günther Mayleitner observe que l'économie ne cesse de changer, en particulier dans le domaine des transactions et des acquisitions. Günther Mayleitner considère Mazars comme le premier contact pour les entreprises françaises en Autriche et souhaite, en tant que membre VIP de la CCFA, contribuer à cet échange entre les deux cultures et renforcer les liens déjà existants.

Willkommen im Business-Club

Bienvenue au Business-Club



Virginie Van Reepinghen

Chers membres,

Nombreux dans le monde sont ceux qui ont entendu le cri de Macron, « France is back! » et telle est également la devise de notre Chambre de Commerce après des manifestations hautes en couleur.

Nous débutons l'année avec la traditionnelle soirée des Vœux arrosée de Champagne Moët & Chandon au prestigieux hôtel Le Méridien entièrement re-modernisé et remis à neuf fin 2016. Le clou de la soirée : un show de danse par des champions autrichiens de boogie woogie qui, je l'espère, aura pu vous surprendre ! Une semaine plus tard seulement, nous vous convions à une soirée « detox » avec Pro Corpore et Basenbox pour retrouver la forme.

Je me réjouis déjà de nos prochaines manifestations en perspective dont entre autres le Gala des vins de la région Occitanie en mai, le tournoi de tennis et la Fête Blanche à l'Ambassade de France fin juin à ne manquer sous aucun prétexte.

À bientôt !

Virginie Van Reepinghen





Liebe Mitglieder,

Weltweit haben viele Menschen den Ruf Macrons „France is back“ gehört und das ist auch das Motto unserer Handelskammer nach den bunten Ereignissen, die seit Januar stattgefunden haben.

Wir begannen das Jahr mit dem traditionellen Neujahrsempfang begleitet von Moët & Chandon Champagner im renommierten Le Méridien Hotel, welches Ende 2016 komplett modernisiert und renoviert wurde. Höhepunkt des Abends war die Tanzeinlage von den österreichischen Boogie Woogie Staatsmeistern, die Sie, so hoffe ich, mindestens genauso überrascht hat wie mich! Nur eine Woche später luden wir Sie zu einer „Detox“- Party in Zusammenarbeit mit Pro Corpore und der Basenbox ein, um wieder in Form zu kommen.

Ich freue mich schon auf unsere bevorstehenden Veranstaltungen, zu denen unter anderem die Wein Gala mit Weinen aus der Region der Occitanie im Mai, das Tennisturnier und die Fête Blanche in der französischen Botschaft Ende Juni gehören, die Sie auf keinen Fall verpassen dürfen. 

Bis bald!

Virginie Van Reepingenhen





Die gesamten Fotos und unseren aktuellen Veranstaltungskalender finden Sie auf unserer Homepage unter www.ccfa.at! (© Sabine Klimpt)!

Veuillez trouver toutes les photos ainsi que le calendrier de nos manifestations sur www.ccfa.at ! (© Sabine Klimpt) !

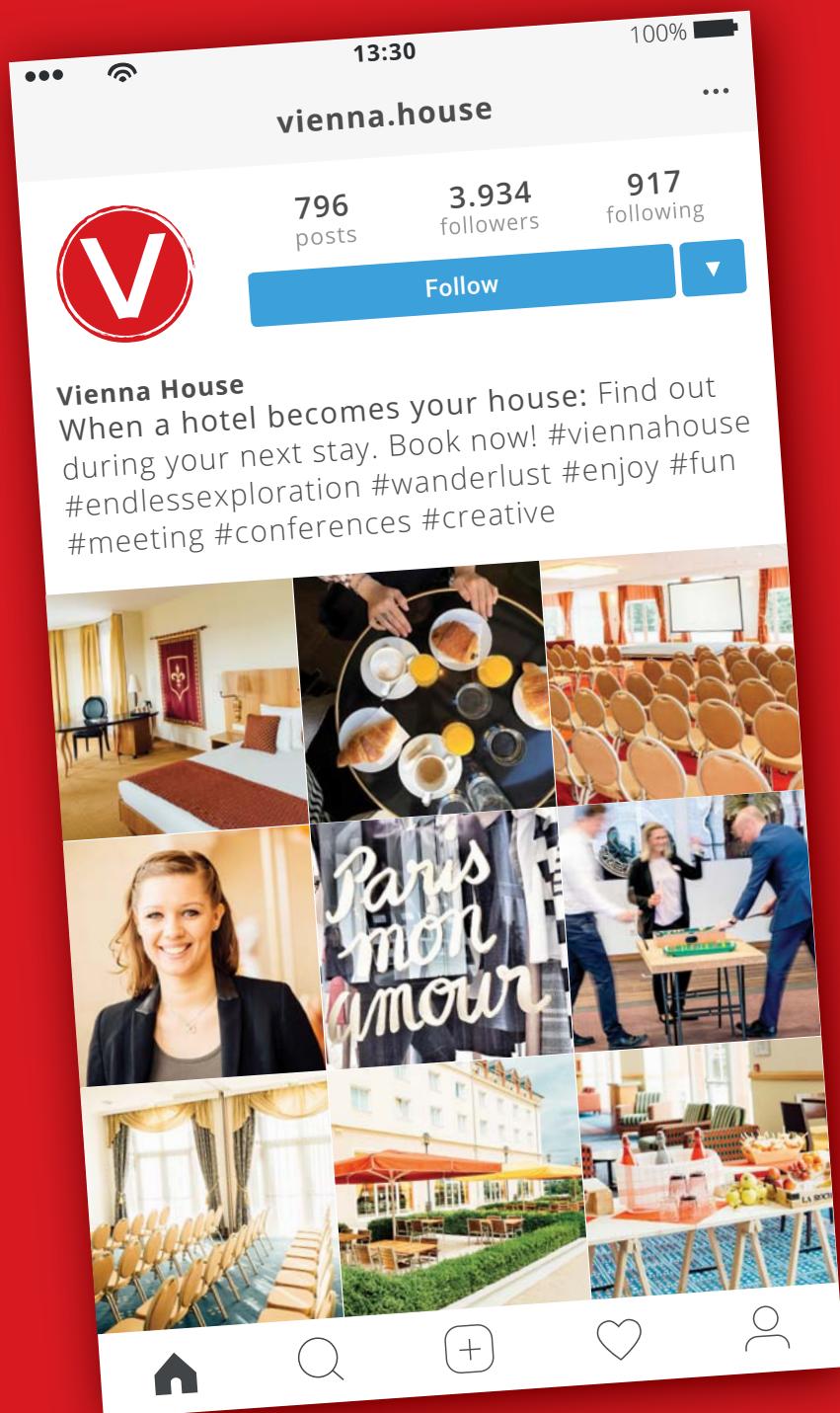


Fotos Seite 20 und 21:
Neujahrsempfang /
Soirée paillettes
@ Le Méridien Vienna –
11.1.2018.

VIENNA HOUSE

DREAM CASTLE • MAGIC CIRCUS

PARIS



RÉUNIONS MAGIQUES ET CONFÉRENCES CRÉATIVES

à deux pas de
Disneyland® Paris

Magische Meetings
und kreative
Konferenzen

zwei Schritte entfernt
vom Disneyland® Paris

Vienna House Dream Castle & Vienna House Magic Circus Paris
20/40 Avenue de la Fosse des Pressoirs, 77703 Marne la Vallée Cedex 4
Tel.: +33 1 64 17 90 38

ENDLESS EXPLORATION • viennahouse.com

Herzlich willkommen Bienvenue

> Neue Mitglieder | Nouveaux membres

Zacon Unternehmensberatung GmbH

Wiedner Hauptstraße 17/8, 1040 Wien

Geschäftsführung und Kontakt /

Direction et contact : Mag. Thomas Zach

Tel: +43 1 890 78 71-100

office@zacon.at

Branche: Unternehmensberatung / Consultants

www.zacon.at



Edition Lammerhuber / Lammerhuber KG

Dumbagasse 9, A-2500 Baden

Geschäftsführung und Kontakt /

Direction et contact : Silvia Lammerhuber

Tel: +43 22 52 42 269

silvia.lammerhuber@lammerhuber.at

Branche: Verlag / Editeur

www.edition.lammerhuber.at



Gault & Millau

(KMH Media Consulting GesmbH)

Strohgasse 21A, 1030 Wien

Geschäftsführung und Kontakt /

Direction et contact : Karl Hohenlohe

Martine Hohenlohe

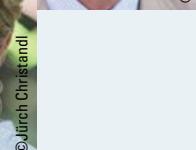
Tel: +43 1 712 43 84

office@hohenlohe.at

Branche: Restaurantführer /

Guide gastronomique

www.gaultmillau.at



Ing. Emmerich Csernochorszky GmbH

Wallackgasse 4, 1230 Wien

Geschäftsführung und Kontakt /

Direction et contact : Nikolaus Csernochorszky

Tel: +43 1 690 89

nc@cserno.at

Branche: Elektroinstallationen /

Installations électriques

www.cserno.at



> Nouvelles têtes | Neue Köpfe

Mit 8. Januar 2018 übernimmt **Peter Katusak-Huzsvar** den Posten des General Managers des **Sofitel Vienna Stephansdom**. Damit löst er Alexander Moj ab. Alles Gute für diese neue Aufgabe!

Depuis le 8 janvier 2018, **Peter Katusak-Huzsvar** est le nouveau Directeur du **Sofitel Vienna Stephansdom**. Il succède ainsi à Alexander Moj.

Nous lui souhaitons tous le meilleur pour cette nouvelle fonction !



Mag. Günther Mayleitner folgt Peter Ernst als Geschäftsführer von **Mazars Österreich**. Wir wünschen ihm viel Erfolg in seiner neuen Funktion.

Günther Mayleitner est le nouveau directeur de **Mazars Autriche** et succède ainsi à Peter Ernst. Nous lui souhaitons beaucoup de succès dans ses nouvelles fonctions.



DI James Schober ist seit dem 30. November 2017 der neue Vorstandsvorsitzende der **Donau Chemie Gruppe**.

Er war seit Mai 2009 Mitglied des Vorstands der Donau Chemie und war die letzten neun Jahre für die Business Unit Chemie hauptverantwortlich. Davor leitete er acht Jahre die Sparte Wassertechnik der Donau Chemie. Wir wünschen ihm viel Erfolg in seiner neuen Rolle.



James Schober est le nouveau Président du Directoire du groupe **Donau Chemie**. Il était membre du Directoire depuis 2009 et était responsable pendant 9 ans de la Business Unit Chemie. Il a dirigé pendant 8 ans la branche « génie hydraulique » de la Donau Chemie. Nous lui souhaitons beaucoup de succès dans ses nouvelles fonctions.

**MIT SICHERHEIT
EIN GUTES GESPRÄCH**
 La compréhension passe surtout par le langage

Ihr Risiko = Unser Know-how

Trotz Harmonisierung des EU-Binnenmarktes gibt es viele Stolpersteine, die man beim Versichern einer Tochtergesellschaft im Ausland berücksichtigen muss. Meist fehlt es an Wissen über den französischen Versicherungsmarkt und scheitert an unvollkommenen oder nicht vorhandenen Sprachkenntnissen. Sie können sicher sein, mit uns den optimalen Versicherungsschutz in allen Sparten herauszufinden. Es sind genau diese Hürden, die **Cabinet FACT** durch perfekte Kenntnis des französischen und des deutschen Marktes für Sie meistert.

Wo der Service anderer aufhört, da fangen wir an!

Cabinet FACT,
Versichern ja,
aber gewußt wie

Versicherungsschutz
“À la carte”

Individuelle Anpassung des lokalen Versicherungsschutzes der französischen Filiale in Abstimmung mit der Police des Mutterunternehmens in folgenden Sparten:

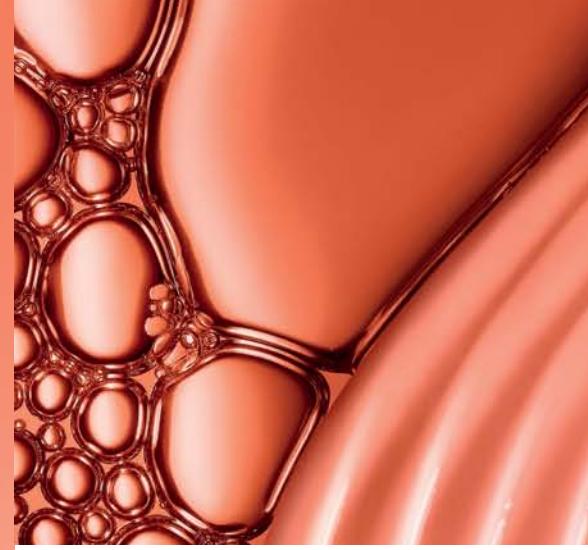
- Betriebs- und Produkthaftpflichtversicherung
- Dezentral Versicherung
- Sachversicherung
- Technische Versicherung
- Auto, Kredit und andere Versicherungen

Ob kritische Risikoanalyse, aktive Vertragsgestaltung, risikotechnische Beratung oder engagierte Schadenabwicklung, bei uns bleiben Sie nicht auf der Strecke. Deshalb finden anspruchsvolle Kunden in uns einen zuverlässigen Partner bei der Lösung ihrer grenzüberschreitenden Versicherungsbelange.





LANG-HAAR
TRAUM?
EASY!
#LONGHAIR



NEU

ELVITAL
Dream length

INNOVATIVE FORMEL
MIT PFLANZLICHEN PROTEINEN
+ RIZINUS-ÖL



WEIL SIE ES SICH WERT SIND.

ENDLICH SCHLUSS MIT SPLISS

L'ORÉAL
PARIS