

AVIS

Laboratoire National de Santé**Poste vacant****Le Service du Contrôle des Médicaments**

se propose d'engager pour une durée déterminée du 1.01.2009 au 31.12.2009.

un(e) laborantin(e) à tâche partielle de 20 heures par semaine.

Condition de formation :

Diplôme ou certificat attestant que le (la) candidat(e) est autorisé(e) à porter le titre et à exercer la profession de laborantin.

Profil souhaité :

Formation en chimie analytique et expérience en techniques chromatographiques.

Une première sélection sera effectuée sur base des demandes.

Les candidatures, accompagnées d'un curriculum vitae et d'une copie du diplôme ou certificat, sont à adresser au

Directeur du Laboratoire National de Santé
42, rue du Laboratoire
L-1911 Luxembourg,

pour le 10 octobre au plus tard.

Poste vacant

Il est porté à la connaissance des intéressés que le Ministère de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle se propose d'engager **avec effet immédiat**

un assistant social (m/f) à durée déterminée (remplacement d'un congé de maternité)

pour les besoins de l'Atert-Lycée (ALR)

Les candidats doivent être détenteurs du diplôme d'assistant social reconnu équivalent par le Ministre de la Fonction publique et de la Réforme administrative.

Mission :

- accomplir les tâches découlant des missions du service de psychologie et d'orientation scolaires du lycée
- informer, conseiller et accompagner les élèves et les parents d'élèves

Profil de qualification souhaité :

- avoir le sens des responsabilités
- savoir travailler de façon autonome
- avoir le contact aisé
- s'intégrer dans l'équipe de travail du lycée

Les demandes sont accompagnées des pièces suivantes :

1. un curriculum vitae
2. une copie certifiée conforme des diplômes et certificats
3. un extrait de l'acte de naissance
4. un certificat de nationalité
5. un extrait récent du casier judiciaire
6. un certificat d'inscription aux listes électorales

Les personnes intéressées sont priées d'adresser leur demande avec toutes les pièces requises au Directeur de l'Atert-Lycée, B.P. 100, L-8501 Redange-sur-Attert, **pour le 13 octobre 2008 au plus tard.**

Pour tout renseignement supplémentaire, les candidats voudront s'adresser au Directeur de l'Atert-Lycée tél.: 26 62 32 21

KULTUR

INTERNET

Culture Community online

Luc Caregari

Un nouveau site - www.eveant.com - vient de faire son apparition sur le web. Derrière se cache une initiative visant à consolider la communauté culturelle luxembourgeoise.

Celles et ceux qui ont assisté à la réouverture de l'Exit07 ne pouvaient pas les manquer. Deux jeunes hommes qui se baladent caméra à l'épaule pendant toute la soirée en tirant de temps en temps des gens à part pour leur faire passer une interview. Non, ce n'est pas la nouvelle initiative de Luc Frieden pour contrôler la vie nocturne luxembourgeoise de façon discrète et branchée, mais bien l'équipe d'eveant.com qui fait son travail.

Qu'est-ce qu'eveant.com? « Avant tout un jeu de mots, sur le mot event », répond Max Hochmuth, un des responsables du site, « qui nous a permis de réserver des adresses point com et point lu ». Et de continuer : « Nous sommes des professionnels de la communication. Notre idée était de produire enfin une télé basée sur le web 2.0 au Luxembourg qui en vaille le coup. »

Ainsi, depuis deux semaines, on peut visionner sur leur site les premiers épisodes de leurs explorations dans la vie nocturne et culturelle luxembourgeoise. Cette page est actualisée tous les vendredis, et les thèmes sont assez éclectiques : de la réouverture de l'Exit, en passant par

une interview d'Andy Bausch à un reportage sur une course de tracteurs-monstres - tout ce qui reste dans le spectre culture et événement est traité. Le style de l'émission n'est pas dénué de l'enthousiasme un tantinet naïf de tous ceux qui explorent un terrain nouveau, mais reste tout de même du côté des pros, entendez : oui, ça déconne, mais ce n'est pas pénible au point où la main droite se mettrait automatiquement sur la souris pour clore la fenêtre du browser.

« Notre idée est de montrer ce qui se passe au Luxembourg. Beaucoup trop de personnes me disent qu'il ne se passe rien ici, alors que si on regarde bien, le pays fourmille d'initiatives. Il y a comme un regain de confiance dans la scène culturelle - depuis des années, des groupes de musique, labels et autres collectifs se créent. Eveant.com veut documenter cela et faire connaître ces gens au public », explique Max Hochmuth.

Là où on remarque que l'on a à faire avec un vrai pro de la com, c'est lorsqu'il s'explique sur leur façon de communiquer : « De nos jours, il ne suffit plus de faire un site web et un peu de promotion pour qu'une affaire comme la nôtre tourne bien. Il faut s'investir pour ancrer le projet dans le web 2.0. » C'est pourquoi, le seul site eveant.com ne suffit pas. Des pages myspace et facebook au même logo font le tour du web depuis un cer-





Cherchez le produit du sponsor - un nouveau jeu du web 2.0...

tain temps. Ces pages de réseau social permettent de rester en contact « réel » avec beaucoup plus de personnes, pour leur faire part du programme. « Mais aussi pour avoir des feedbacks, critiques et propositions », ajoute Max Hochmuth. « Nous ne voulons pas être un média qui produit un monologue, comme une télé classique. Au contraire, ce que nous sommes en train de bâtir est une communauté online, dont les membres se connaissent, qui ne rechignent pas à nous critiquer et avec laquelle on peut correspondre. Nous faisons partie de la communauté, c'est cela le message principal que nous essayons de faire passer ».

Quand on demande quels médias ou émissions les ont inspirés, on est tout de même un peu étonné d'entendre tomber des références comme Arte, Polylux (une émission intellectuelle sur la première chaîne publique allemande, ndlr) ou encore le MTV des années 90 (avec de la vraie musique et sans reality trash de conserve). Car - à l'exception du dernier exemple - les autres sont des modèles de la télé publique, qui doivent aussi remplir un cahier de charges qui les force à une certaine qualité. Alors que dans le secteur privé, tout - enfin presque - est permis. Mais cela ne gêne pas Hochmuth et ses collègues : « Nous surfons sur la vague du moment », croit-il savoir, « nous vou-

lons une certaine qualité de contenu, mais c'est aussi parce que les gens veulent ça, parce qu'ils ne sont pas satisfaits de ce qui se fait. » C'est un peu maigre pour compenser un cahier de charge, mais vu que la télé publique n'existe toujours pas dans notre beau pays, tout à fait compréhensible et même louable.

Product Placement sans gêne

Si l'idée en soi est plutôt bonne - en effet, on se demande pourquoi personne d'autre n'a pris cette initiative pendant les dernières années, alors que les revues spécialisées prophétisent déjà l'avènement d'un « web 3.0 », on peut mettre cela sur la cape du retard habituel de notre petit grand-duché en matière de trend et d'innovation - reste la question du financement. Car, une émission, même si elle ne dure que dix à 15 minutes par semaine, cela demande du travail et de l'argent. Des caméras professionnelles, un studio, des techniciens du son et lumières, des cutters...

« Bien sûr que nous ne sommes pas RTL, mais nous avons trouvé notre méthode de faire rentrer de l'argent discrètement, sans taper sur les nerfs de notre clientèle », explique Hochmuth. La solution miracle s'appelle Product Placement. Cette dernière consiste à placer discrètement les produits des annonceurs dans sa pro-

duction, sans pourtant vanter leurs mérites de façon ostensible. Ainsi, le spectateur attentif se rendra compte que certains lancements de reportages ont été enregistrés à l'intérieur d'un restaurant de fast-food connu, ou que les présentateurs ne boivent qu'une seule sorte de bière. Cela n'est pas dû au hasard, ces firmes paient pour que leurs produits soient mis en scène. Ce qu'elles perdent en ostentation - car leurs marques ne sont jamais directement citées - elles le gagnent en n'ayant pas besoin de produire leurs propres clips et de payer un temps d'antenne pour faire de la pub. Cette « technique » de communication a déjà créé des remous en Allemagne, ou certains producteurs de séries sur la télé publique ont placé - illégalement - des produits dans des séries trash.

« Vu que nous sommes une entreprise privée, cela ne nous pose pas problème », se justifie Hochmuth, « Il nous faut des sponsors pour rentabiliser notre boîte, même si pour l'instant eveant.com n'est que notre deuxième boulot, et faire passer le message ainsi est plus agréable et innovateur que d'ennuyer nos spectateurs en les obligeant à regarder des clips avant le stream sur internet. »

Cela dit, eveant.com reste un électron libre au sein d'un autre groupe de communication, newmedialux, pour lequel travaillent les créateurs

d'evenant.com. « Nous nous chargeons de notre site après le boulot, tout en profitant de l'infrastructure de newmedialux. Eveant.com est une entreprise start-up et nous n'avons pas peur de bosser douze heures par jour pour cela. Pour l'instant, nous nous concentrons encore sur le marché luxembourgeois, mais l'idée de sous-titrer nos reportages est déjà en place. Ainsi nous pourrions toucher aisément encore plus de personnes à l'extérieur, dans la Grande Région par exemple. »

Mais cela, c'est la musique du futur. Avant, il faut survivre pour quelques années et rentabiliser. Un pari qui est encore loin d'être gagné. Surtout si on sait que l'initiative précédente de créer un webTV commercial et culturel au Luxembourg, artchannel.lu a finalement été un flop. « Oui, mais eux faisaient des reportages sur demande, pour lesquels ils se faisaient payer. Alors que nous, on filme ce qu'on veut, on se finance autrement et on fonctionne un peu à l'inverse de ce modèle », se défend Hochmuth. On lui souhaite que son optimisme dure. Car la concurrence ne dort pas.