



L'INVITÉE
CATHERINE COSTE
(MÉMORIAL WATERLOO 1815)

**NOUVELLE BATAILLE PERDUE,
MAIS PAS LA GUERRE!**

Dossier

**NE VENDEZ PAS UN PRODUIT:
PROPOSEZ UNE SOLUTION!**

www.ccimag.be

Franchissez le mur de la langue avec le service traductions

de vos CCI !



**Vous voulez vous lancer dans la grande aventure de l'exportation ?
Vous souhaitez renforcer votre ancrage dans les marchés internationaux ?**

Mais...

Vous n'avez pas les compétences en interne pour faire traduire soigneusement vos documents commerciaux. Vous estimatez qu'une traduction professionnelle grèverait lourdement votre budget.

Exportateurs, n'hésitez plus: faites appel au Service Traductions de vos CCI

- pour toutes vos traductions techniques et commerciales
- afin de bénéficier de tarifs très intéressants (possibilité de réduction de 50 % HTVA – incitant AWEX)



Renseignez-vous auprès de
votre Chambre de Commerce & d'Industrie

**Brabant wallon: 067 89 33 33 • Hainaut: 065 35 46 12
Wallonie picarde: 069 89 06 80 • Liège/Verviers/Namur: 04 341 91 91**

Édito



“

Un facteur restera toujours primordial dans nos réflexions et actions : le contact humain, qui est indispensable pour le bien-être au travail et nos relations avec nos clients, partenaires, fournisseurs...

NWOW: une organisation de travail hybride

New Way Of Working ou une nouvelle façon de travailler. Depuis le confinement en mars dernier, nous sommes « en plein dedans », et encore pour de nombreux mois, si pas de manière récurrente, car rien ne dit que le virus n'aura pas muté entretemps.

Après les mesures d'organisation prises en urgence au printemps, nos entreprises doivent maintenant réfléchir et mettre en place une organisation durable et performante rencontrant les contraintes sanitaires.

Le télétravail est la première mesure à laquelle on pense. C'est une problématique complexe. Deux jours par semaine ou plus ? Une présence de tous un même jour de la semaine ? Un roulement par équipes ? Quid du contexte légal et des obligations de l'employeur selon qu'il s'agit de travail à domicile ou de télétravail ? Quid de l'avantage voiture de société si télétravail ? Tous les employés ont-ils un bureau à domicile pour travailler correctement ? Qu'en est-il du besoin humain de rencontrer ses collègues ? Comment intégrer des nouveaux collègues et/ou garder une forte culture d'entreprise ?

Une seconde mesure touche à l'organisation physique des postes de travail dans l'entreprise. Bureaux séparés ? Paysagers ? Espaces de coworking ? Couloirs de circulation ? Comment réorganiser les chaînes de production pour assurer la distanciation sociale ? Comment revoir les zones de contact et/ou de stockage avec les fournisseurs, les clients, etc.?

Une troisième mesure est d'ordre numérique : se doter des équipements permettant les visioconférences, renforcer le marketing digital, par exemple, en créant des capsules vidéo pour présenter ses produits ou services, organiser des webinaires. Le tout en assurant la sécurité informatique.

On pourrait continuer sur ce thème du NWOW, notamment, réinventer le contact avec la clientèle ou l'organisation d'événements promotionnels. Car il y a un facteur qui restera toujours primordial dans nos réflexions et actions : le contact humain, qui est indispensable pour le bien-être au travail, et nos relations avec nos clients, partenaires et fournisseurs.

Les entreprises qui arriveront rapidement à mettre en place une organisation de travail hybride (présentiel + télétravail) alliant sécurité sanitaire, bien-être au travail et performance économique, surmonteront la crise actuelle.

PHILIPPE BARRAS,
PRÉSIDENT CCIW

CCI Brabant Wallon
Parc d'Affaires « Les Portes de l'Europe »
Avenue Schuman, 101 - 1401 Nivelles
www.ccibw.be - info.ccibw@ccibw.be

CCI Hainaut
Siège de Charleroi
Avenue Général Michel, 1C - 6000 Charleroi
Siège de Mons
Parc Initialis - Bld André Delvaux, 15 - 7000 Mons
www.ccim.be - info@ccim.be

CCI Wallonie picarde
Rue du Follet, 10/3 - 7540 Kain
www.cciwapi.be - info@cciwapi.be

cci mag'

Le magazine des Entreprises
ISSN-0776-3344
www.ccimag.be

Éditeur responsable
Céline Squelart



Redactrice en chef:
Stéphanie Heffinck
ccibw.magazine@skynet.be

Publicité
Solange Nys
0476/97.30.87
solange@ccimag.be

Journalistes
Alain Braibant, Gaëtan Di Gravio,
Tatiana Hammaïde, Stéphanie Heffinck,
Hugo Leblud, Bob Monard, Alexandre Valée,
Mélanie Vandewoerde.

Dossier
France Deuse, Stéphanie Heffinck

Photos
Invité du Mois : Reporters

Maquette et mise en page
Dreamcom - www.dreamcom.be
Sommaire : Sabine Renaville

Impression
AZ Print
Toute reproduction totale ou partielle
est strictement réservée à l'éditeur
© CCI Mag'

Francine Rotsaert
(DC-Développements
Cosmétiques)

Elle aurait pu se retirer de la vie professionnelle, mais Francine Rotsaert est toujours aussi motivée à assister les enseignes de cosmétiques bio ou naturels dans la confection de leurs gammes de produits...



Politiques post-Covid
19 : la Province du BW
ouvre le dialogue

Un sondage et le « CUBE », nouvel espace d'échange entre citoyens, experts, élus provinciaux sont 2 outils mis récemment en place par la Province du BW pour redéployer ses politiques après la crise COVID 19.



Nicolas Lambert
(Fairtrade Belgium)

L'association Fairtrade Belgium s'emploie, au travers d'un travail de sensibilisation, à stimuler la demande pour les produits issus du commerce équitable et ainsi garantir un juste prix d'achat aux producteurs locaux. Rencontre avec son Directeur, Nicolas Lambert.



Catherine Coste
(Mémorial
Waterloo 1815)

Le Mémorial Waterloo 1815, ce sont 4 pôles de visite gérés par le groupe Kléber Rossillon qui en a confié la direction à Catherine Coste. Alors que de beaux projets s'effondrent en raison de la crise Covid-19, cette dernière motive son équipe à en nourrir de nouveaux plus adaptés au contexte.

4



© ERI-Reporters

Ne vendez plus un produit : proposez une solution...

13



Menuifab



X. Teichmann (Oxymore)

Le terme « servitisation » s'étale de façon de plus en plus régulière dans les pages des magazines et sur les sites Internet. En combinant produit(s) et service(s), les entreprises s'assurent de faire mouche auprès de leurs clients. Plus que jamais, il est ici question de « valeur ajoutée » et de « sur mesure », des termes qui trouvent toute leur dimension au travers de solutions complètes apportées sur un plateau d'argent à ces derniers.



Thierry et Axel Leroy (à droite) - (Cafés Leroy)



La bicyclette



F. Witmeur (CYC2)

BALLONS LIBERT :
le dernier des Mohicans

30

En Belgique, seule une entreprise fabrique et assemble encore des montgolfières... Toutes les fantaisies sont possibles, chez *Ballons Libert*, depuis la réplique de l'aéronef des frères Montgolfier jusqu'au ballon qui fera voyager le nom de votre entreprise sur un tissu multicolore. The sky is the limit !



Télétravailler en toute
(cyber)sécurité :
faites le test !

34

Qui dit accélération du télétravail dit recrudescence des cyberattaques. La Belgian Cybersecurity Coalition aide les entreprises à prendre conscience de ces menaces. L'UWE en a soutenu la création...





L'actualité du chef d'entreprise

36

Au programme de cette édition : un nouveau média dédié à l'univers des start-ups, des milliers de tonnes de plastique non-recyclées, les employeurs les plus attractifs...et bien d'autres infos encore !



Deux nouveautés, de l'écologie, du sain et des chiffres !

38

Dans l'AMI, on peut embarquer à deux, sans crainte des excès de vitesse, puisque la demoiselle ne dépasse pas les 45 km/h. Rechargeable en 3 heures, la « puce » de Citroën est, vous l'aurez compris, tout à fait adaptée à la ville...



xFive : les 4 fantastiques au service de vos idées d'innovation

41

L'entreprise vous aide à vous réinventer en vous épaulant dans votre réflexion stratégique, grâce à une méthodologie pragmatique baptisée « CADMI ».



La dynamique équipe de xFive

DALCQ : l'électroménager « Made in Belgium »

42

Dalcq est un acteur belge de l'électroménager proposant une gamme d'articles aussi large que les géants du secteur...



Groupe Aciers Grosjean : battre le fer tant qu'il est chaud !

43

Les Aciers Grosjean ont grandi pour devenir un groupe présent à Charleroi, mais aussi à La Louvière (Bricofer), Tournai (Ferutil) et Marville. Il s'est spécialisé dans le négoce, la distribution et la production de produits en acier, en inox, en aluminium, essentiellement destinés à la construction.



Brèves sur les entreprises du Hainaut et du Brabant wallon

44

L'édition 2020 de « L'Entreprise de l'Année » a compté 3 sociétés membres de la CCI Wapi parmi ses finalistes. La Chambre félicite : Dubuisson, Technord et TRBA pour leur beau palmarès.



Les activités de la CCI Wapi en photos

49

Un Forum financier, un cycle d'ateliers « marchés publics », un webinar franco-belge sur la reprise post-covid ou un petit-déjeuner transfrontalier sur l'actualité sociale : autant de thématiques au programme de la CCI Wapi le mois passé !



Les activités de la CCI Brabant wallon en photos

50

Fin septembre, au Golf Château de la Tournette, les membres de la CCIBW se sont retrouvés avec bonheur afin de présenter leurs produits et services respectifs...



Les activités de la CCI du Hainaut en photos

52

C'est une personne qui « truste » les petits écrans : Yves Coppelters. Le discours de l'épidémiologiste, lors de l'Assemblée Générale de la CCI Hainaut, captiva ses membres qui purent ensuite lui poser toutes leurs questions.





CATHERINE COSTE (MEMORIAL WATERLOO 1815)

**NOUVELLE BATAILLE PERDUE,
MAIS PAS LA GUERRE !**



- ▶ Responsable Belgique du groupe Kléber Rossillon, Catherine Coste est à la tête du Mémorial 1815 depuis 1 an et demi.
- ▶ Si les ambitions de développement du site ont été érodées après l'ouragan Covid, d'autres beaux projets sont en réserve...

S. HEFFINCK - © EH-REPORTERS

Directrice du Mémorial 1815, Catherine Coste rappelle que c'est aujourd'hui le groupe Kléber Rossillon qui en assure la gestion. La société, fondée en 1995, met aussi en valeur, anime et dynamise 11 autres lieux culturels et touristiques, tous situés dans l'Hexagone, du Musée de Montmartre à la Grotte Chauvet (Ardèche), en passant par les Châteaux de Langeais (Indre-et-Loire) et Castelnau ainsi que les Jardins de Marqueyssac (Dordogne). La Parisienne, qui fait partie du conseil d'administration de la CCI France Belgique, a repris les rênes du « Mémorial » depuis le 1^{er} avril 2019, après un parcours riche de vies professionnelles que l'on n'imaginerait pas cumulables au sein d'une seule et même personne !

Spécialiste en audit et conseil auprès de banques, responsable marketing et événementiel pour la chaîne de golfs gérée par son mari (« Open Golf Club ») ou Présidente d'une association d'une centaine de bénévoles (Accueil français à Bruxelles), elle a assumé ces fonctions précédentes avec le même engagement.

Lorsque le groupe Kléber Rossillon s'est vu attribuer la concession, pour 16 ans, du Mémorial, elle a immédiatement proposé à son fondateur de l'aider dans les négociations avec la Région wallonne. « Le côté 'climat de confiance' d'une entreprise familiale me séduisait ; j'ai ensuite eu l'opportunité de prendre la direction du site le 1^{er} avril 2019. Cerise sur le gâteau, je travaillais ainsi pour des personnes qui me sont chères, côtoyant la famille Kléber Rossillon de longue date ! »

La crise de la Covid-19 a bridé des projets de développement du Mémorial. Mais Catherine Coste et son équipe se penchent déjà sur d'autres idées pour mettre en valeur ses 4 pôles de visite (Musée, Panorama, butte du Lion, Ferme de Hougoumont) ; l'objectif est également d'attirer les touristes dans ses restaurants, le « Wellington » et le « Bivouac de l'Empereur », « voire même, une clientèle plus locale en soirée, qui goûterait aux améliorations que nous avons apportées à la décoration et à la carte de ces établissements ».



Nous avons, dans nos formules, ajouté de l'« humain », de la vie, pour répondre à la quête d'expérience des visiteurs de musées... »

Mon coup de blues & mes espoirs

« En confiant à un professionnel du secteur la gestion du Mémorial, l'ambition était assurément de développer le site, en y drainant un public plus diversifié, plus nombreux. Nous avons très vite mis en place des animations et visites guidées, bivouac, « coup de canon », « école du soldat », etc. Pour la partie scénographie, tout particulièrement, nous avons pu compter sur le soutien de nos équipes parisiennes. Nous avons démarré le 1^{er} avril 2019... juste avant les vacances de Pâques et il fallait donc que tout s'enclenche bien directement !

2020 devait être un grand cru. Depuis janvier, nous travaillions sur une grosse reconstitution, certes pas de l'ampleur de celle du « bicentenaire », mais nous aurions dû organiser, mi-juin, avec près de 3500 reconstitueurs européens, 2 spectacles auxquels auraient assisté plus de dix mille personnes !

Du reste, fin de l'été 2019, nous avions engagé un historien pour mettre au point un programme pédagogique pour les écoles, avec des ateliers par tranche d'âge. Et enfin, nous venions de lancer des mailings pour nos restaurants, afin de séduire une clientèle locale. Hélas ! La crise est venue mettre à mal ces 3 beaux projets ! Néanmoins, si nous avons eu, par la force des choses, moins de visiteurs, nous avons compté parmi eux 75 % de Belges durant juillet et août. Et nous nous attelons déjà à une belle exposition prévue du 5 mai au 15 août 2021 : « Napoléon, de Waterloo à Sainte-Hélène, la naissance de la légende », dans le contexte du bicentenaire de sa mort. Nous avons aussi « profité » de la crise pour avancer dans le développement d'une application de visite pour le Musée et la fresque du Panorama. Comme tous, en attendant des jours meilleurs, nous mettons à l'épreuve notre capacité d'adaptation à une nouvelle donne, avec de nouveaux produits... »

Coup de cœur

« L'un de mes coups de cœur, et, quelque part, un « coup de génie », c'est notre nouvelle immense maquette idéalement installée dans le hall d'entrée. Un vrai pôle d'attraction, une excellente introduction, un outil didactique extraordinaire pour expliquer la bataille avant de découvrir le musée. Elle appartenait à un Hollandais passionné qui a mis 30 ans à la finaliser et fut ravi de la voir, à l'inauguration, tellement bien mise en valeur. Il a peint à la main des milliers de petits soldats, tels ceux que mon mari possédait et qu'il affectionne tellement. Ca doit aussi être pour cela que c'est mon coup de cœur (sourire). Un autre coup de cœur, c'est cette vraie passion des reconstitueurs. Déçus de n'avoir pas pu participer au grand événement de l'été qui devait les rassembler au-delà des frontières, les reconstitueurs belges nous ont proposé des animations gratuites, durant le week-end, en plus de celles que nous avions déjà programmées. »



VOUS AVEZ RÉUSSI là où d'autres ont échoué ? **FAITES-LE SAVOIR !**

Vous souhaitez parler de votre entreprise, de vos nouveaux produits, de vos résultats fulgurants, de votre futur déménagement... ?

**Grâce à la formule
«publi-reportage»,
CCImag' vous donne
la parole !**

LA FORMULE
PUBLI-REPORTAGE :

- Interview et rédaction du texte par notre journaliste
- Mise en page par notre graphiste



PROMO
décembre 2020
-30%
pour les membres
des CCI wallonnes

CONTACT :
Solange NYS
solange@ccimag.be
+32 (0)476 97 30 87
www.ccimag.be

“

Groupe solide,
mais ébranlé,
nous devrons
néanmoins nous
adapter pour faire
face à une nouvelle
donne, avec
d'autres produits
probablement. »



BIO EXPRESS

- ▶ Née en 1964 à Paris
- ▶ Mariée, mère de 3 filles
- ▶ 1988 : Diplômée de l'ENSAE Paris (statisticien économiste) et de Sciences Po Paris
- ▶ 1988-1993 : Price Waterhouse Paris et Londres – Audit et Conseil
- ▶ 1994-1995 : Crédit Agricole Chicago USA – Audit interne
- ▶ 1995-2001 : BNP Paribas Paris : Responsable Contrôle de Gestion France puis Responsable Risques Opérationnels
- ▶ 2001-2013 : Open Golf Club - Golfs & Resorts : Responsable web marketing, événements et gestion financière des affiliés
- ▶ 2014-2019 : Accueil Français de Bruxelles Asbl : Présidente
- ▶ Depuis 2019 : Kleber Rossillon SA : Responsable Belgique et Directrice du Mémorial bataille de Waterloo 1815
- ▶ Depuis 2014 : membre du Club L et du Cercle de Lorraine – Bruxelles
- ▶ Depuis 2017 : vice-présidente – Sciences Po Alumni – Section Belgique
- ▶ Depuis 2019 : administratrice CCI France Belgique

Coup de gueule

« Ce n'est pas vraiment un coup de gueule, mais je suis quand même choquée, attristée, d'avoir tellement de difficultés à trouver du personnel polyglotte. En tant qu'étrangère, puisque je suis Française, j'ai un regard « extérieur » et je décèle sans doute avec d'autant plus d'acuité qu'il est important d'accueillir le visiteur dans sa langue... surtout si c'est l'une de celles pratiquées dans le pays !

Un vrai coup de gueule, ensuite : séparer Bruxelles de la Wallonie dans leur promotion fut une véritable aberration par rapport au tourisme international. Du reste, nous sommes ici à un jet de pierre de la capitale, comme le Musée Hergé ou encore la Fondation Folon, pour citer d'autres exemples. Il est dommage que nous ne nous trouvions pas dans des Pass de visit.brussels (soupirs). Vous savez, c'est tout aussi dénué de sens que de ne pas assurer la promotion de Versailles en même temps que Paris, vous pouvez l'écrire ! »



DU TAC AU TAC

- ▶ CCI mag' : « La qualité que vous préférez » ?
C.C. : « La sincérité » !
- ▶ CCI mag' : « La qualité que l'on a coutume de vous reconnaître » ?
C.C. : « La sincérité, peut-être ? Ce matin, on m'a dit que j'étais « juste » (rires) !
- ▶ CCI mag' : Votre principal défaut ?
C.C. : « Je suis trop perfectionniste à mon égard, ce qui m'amène à en demander parfois beaucoup à mes collaborateurs aussi... »
- ▶ CCI mag' : Votre rêve de bonheur ?
C.C. : « Profiter davantage des gens que j'aime ! »
- ▶ CCI mag' : Le don de la nature que vous auriez aimé avoir ?
C.C. : « La réponse découle de la précédente : je voudrais avoir le don de me téléporter, comme cela, je pourrais être plus souvent avec mes filles. La seconde fait ses études de médecine à New-York et je ne l'ai plus vue depuis Noël ! »
- ▶ CCI mag' : Ce que vous auriez voulu être ?
C.C. : « Architecte » !
- ▶ CCI mag' : Le pays où vous désireriez vivre ?
C.C. : « En France ! J'y trouve, en fait, plusieurs pays en un seul, tant les régions sont variées ».
- ▶ CCI mag' : Le domaine culturel que vous préférez ?
C.C. : « Les œuvres d'art contemporaines en extérieur ! »
- ▶ CCI mag' : « Vos héros dans la vie réelle » ?
C.C. : « Mes filles, de 27 ans, 25 ans et 23 ans ». (sourires)
- ▶ CCI mag' : Votre devise ?
C.C. : « L'honnêteté comme principe de vie, dans tout, dans le contexte professionnel comme privé... »

MEMORIAL 1815

Route du Lion 1815 à 1420 Braine-l'Alleud
Tél. : 02/385.19.12 - www.waterloo1815.be

FRANCINE ROTSAERT

[DC-Développements Cosmétiques]

A. VALÉE - PHOTOS: REGARD DE ZÈBRE

Parcours

Née à Ypres en 1951, Francine Rotsaert a suivi des études de chimie, spécialisée dans la cosmétique, au CERIA de Bruxelles, ainsi que des cours d'herboristerie. « J'ai déjà pu choisir mes études. En tant que jeune femme, à l'époque, c'était une chance ! » précise-t-elle.

Alors qu'elle ne trouve pas directement de débouchés dans la cosmétique au sortir des études, elle se tourne vers le secteur textile, très présent dans le territoire industriel mouscronnois. Elle y passera deux décennies, principalement dans les laboratoires de teinture de grandes usines textiles (Hollebecq, Van Outrijve, Blanchisserie-Teinturerie de Dottignies). « Je me souviens y avoir travaillé à la teinture de quelques mèches destinées à raccommoder des tapis du Palais Royal ! » sourit-elle.

Mais Francine Rotsaert a fait le tour de la question et souhaite revenir à la formulation de cosmétiques, naturels avant toute chose.

Elle fait donc le grand saut et quitte son emploi en 1996 pour créer son activité : elle va accompagner des créateurs de cosmétiques naturels et bio, notamment dans la formulation de leurs produits... « J'ai commencé dans une entreprise pharmaceutique à Mons, qui réalisait également des cosmétiques naturels pour les Maisons des plantes. Puis le bouche à oreille a commencé à fonctionner ».

Elle installe alors un laboratoire de développement et de fabrication dans la province de Luxembourg. En 2001, DC-Développements Cosmétiques est le premier laboratoire belge à être homologué ECOCERT France. Ensuite, en 2011, elle loue un espace dans le centre de l'intercommunal IEG - où se trouve le laboratoire bactériologique SHA - pour y mettre son laboratoire. Elle déménagera finalement sa structure ailleurs, à Mouscron également, en 2013. Francine Rotsaert assiste aujourd'hui encore de nombreuses enseignes de cosmétiques bio ou naturels dans la confection de leurs gammes de produits, la composition de ces derniers, les tests de vieillissement, de bactériologie, de toxicologie, les dossiers administratifs...

► CCI mag' : En tant que femme et mère de deux enfants, comment avez-vous composé votre équilibre vie professionnelle/vie de famille ?

F. R. : « Au moment où j'ai quitté mon emploi et démarré mon activité indépendante, j'étais séparée et mes deux enfants étaient quand même déjà assez autonomes. Mais je me souviens avoir fait ce choix professionnel par envie, mais aussi avec le désir de pouvoir organiser mes journées de travail plus librement, et donc aussi de pouvoir m'occuper de mes enfants. Donc j'avoue que je n'ai pas trop ressenti de difficulté sur ce plan, même si ma perception -personnelle- est qu'en effet, les femmes, les mères plus précisément devaient et doivent toujours



composer davantage avec la gestion des enfants que leurs maris. Une question d'instinct en ce qui me concerne, quasiment, plus que de pression sociale. Aujourd'hui, je suis remariée, mon époux a, comme moi, passé l'âge de la retraite, et m'incite parfois à arrêter mais sait aussi qu'il s'agit de ma passion ; je n'en ai donc pas trop envie, je n'ai jamais vraiment levé le pied ! Quand je fréquente mes collègues du réseau Diane, je constate que les femmes chefs d'entreprise de ma génération sont souvent seules, et ont entamé leur carrière sur le tard. »

► CCI mag' : Vous avez des remords, des regrets ?

F. R. : « Non, aucun. Ce n'est pas dans mon tempérament, je ne vis pas dans ce schéma-là. J'avais un regret, puisque j'avais déjà tenté de lancer ma propre gamme de cosmétiques, mais sans grand succès à l'époque. Je ne suis pas restée sur cette expérience, et aujourd'hui, avec le lancement de CareScence, je savoure les fruits de cette belle nouvelle aventure ! »

“ Aujourd'hui, avec le lancement de CareScence, je savoure les fruits de cette belle nouvelle aventure ! »

► CCI mag' : Aujourd'hui, constatez-vous que vous aviez sous-estimé certaines difficultés ?

F. R. : « Clairement, oui, la vente en ligne, le web : je ne jongle pas avec ça. Depuis janvier, mon fils s'y est intéressé et m'assiste, ainsi que Frédéric Parys, graphiste et front-end web developer freelance depuis 2008 (www.whiteape.be), Jérémie Planckaert, développeur et j'ai aussi le concours d'une jeune community manager, Clara Nokin. Je suis aussi suivie par un coach pour la vente, Gérard Mélot d'Explor (www.explor.be), ce n'est pas non plus mon métier de base, a priori. Pour l'instant, j'oscille entre deux fonctions : le développement de produits pour compte de mes clients, mais aussi la création et la commercialisation de la gamme CareScence. À terme, je ferai davantage de vente, donc autant être au top ! »



Francine Rotsaert

- 69 ans
- Mariée, deux enfants
- Diplômée en Chimie des cosmétiques et herboristerie
- Gérante et fondatrice de DC-Développements Cosmétiques sprl et créatrice de CareScence
- www.carescence.com
crème Soin complet:
<https://www.carescence.com/produit/soin-complet-carescence>

► CCI mag' : Quelles sont vos attentes aujourd'hui, vos projets ?

F. R. : « L'épidémie de Coronavirus m'a contrainte à retarder quelque peu le lancement de mon produit CareScence. C'est une forme de challenge inassouvi que je finalise enfin. Pourtant, et assez étonnamment, je ne tire pas une fierté particulière de ce produit que j'ai créé de A à Z et que je commercialise sous « ma » marque. Le fait de voir les produits que je formule pour mes clients dans les boutiques me réjouissait déjà et je ne ressens pas vraiment ce sentiment avec mon produit, ce bébé né de mon travail. Ça viendra, sans doute ! »

► CCI mag' : Pensez-vous que les femmes sont mieux, ou moins bien armées que les hommes dans l'aventure entrepreneuriale ?

F. R. : « Je sais que la question du genre est à la mode, mais je ne me la suis jamais posée en ces termes. Dans mon métier, il y a de très bons cosmétologues masculins. Ma carrière m'a amené, de fil en aiguille et de bouche à oreille, à constituer un solide réseau de clients. Aujourd'hui, mon expérience m'octroie le luxe de savoir ce que je veux, et parfois aussi de dire non, lorsqu'on me demande d'apporter ma patte dans une gamme de produits cosmétiques. »

► CCI mag' : Y a-t-il une citation qui vous inspire particulièrement ?

F. R. : « Oh, il y en a tant ! Je les note, parfois. Celle-ci, de Gandhi, m'a plu et j'ai conservé une carte qui la reprend : La force ne vient pas des capacités physiques, elle vient d'une indomptable volonté. »

► CCI mag' : Qu'est-ce qui réchauffe le cœur de Francine Rotsaert ?

F. R. : « Professionnellement, c'est la reconnaissance. Et depuis que le soin Carescence est en vente, je ne reçois que des retours positifs. Et directement des utilisateurs. C'est un superbe aboutissement pour mon travail. En son temps, j'avais déjà reçu un premier prix en Suède pour une formule développée pour un client. Cela m'avait fait plaisir, mais cette

fois, c'est très différent : les clients finaux sont heureux, leur peau est apaisée. Le cosmétique est quand même aussi une sorte de médicament, qui soigne l'âme aussi, qui réconforte. »

► CCI mag' : A contrario, qu'est-ce qui peut refroidir votre enthousiasme ?

F. R. : « Avant, mon travail se répartissait en trois quarts de recherche et un quart de réglementation. Depuis 2013 et les changements de lois intervenus, la proportion s'est inversée : c'est donc devenu très technique, très lourd parfois. Un peu comme dans l'industrie alimentaire, où les normes se sont considérablement resserrées, suite, c'est vrai, à des abus, des fraudes. La pression - que je me mets parfois moi-même - constitue aussi un élément qui peut me démotiver. Aujourd'hui, tout doit aller très vite. Personnellement, j'ai finalement apprécié la période de confinement, qui m'a permis de prendre le temps de ranger, par exemple, ce que mon rythme habituel m'avait empêché de faire durant des années ! »



D.C. DÉVELOPPEMENTS COSMÉTIQUES SPRL

Rue des Brasseurs, 8 à 7700 Mouscron
Tél. : 0496/396 676 - www.dcosmetiques.eu

NOUS NE POUVONS PAS GRIMPER POUR VOUS...

Mais nous vous plaçons des prises !



© Mat Hayward - stock.adobe.com



LES CHAMBRES DE COMMERCE & D'INDUSTRIE
AU SERVICE DES ENTREPRISES



067/89.33.33
www.ccibw.be
info.ccibw@ccibw.be



071/32.11.60 / 065/22.65.08
www.ccih.be
info@ccih.be



069/89.06.89
www.cciwapi.be
info@cciwapi.be



04/341.91.91
www.ccilvn.be
info@ccilvn.be



RIPOSTE

Des réponses face
à la crise...

LA PROVINCE DU BW OUVRE RÉFLEXION ET DIALOGUE... QUELLE(S) POLITIQUE(S) POST- COVID 19 EN BRABANT WALLON ?

HUGO LEBLUD



Un sondage (Ipsos) et un nouvel « espace d'échange entre citoyens, experts et élus provinciaux » appelé **LE CUBE**, tels sont les deux outils que la Province du Brabant wallon propose pour à la fois identifier puis ensuite redéployer ses politiques après la crise Covid-19.

L'enquête Ipsos, menée en juillet dernier auprès d'un échantillon de plusieurs centaines de citoyens brabançon, visait prioritairement à identifier des changements d'habitudes, de comportements induits par le confinement.

« Ces changements de comportement individuels, dont certains sont perçus comme positifs, voire très positifs au point d'être déjà regrettés, doivent nous faire réfléchir sur nos politiques futures » estimait Mathieu Michel, à ce moment-là Président du Collège provincial du Brabant wallon.

Au-delà des constats mis en lumière par le sondage, le Collège brabançon souhaite, via le **nouvel incubateur de projets LE CUBE**, actuellement virtuel et plus tard physique, impliquer très directement le citoyen dans cette réflexion post Covid-19.

La plate-forme d'implication citoyenne traite de toutes les problématiques d'intérêt collectif *« pour construire ensemble des solutions efficaces et durables à mettre en place en Brabant wallon »* poursuit Mathieu Michel.

Consommer local et jardiner

Comme on peut l'imaginer, le sondage livre de nombreuses informations, de toutes natures, sur

les comportements post Covid-19. Impossible d'être exhaustif sur ces nombreuses données (les résultats complets sont sur le site web du CUBE) mais certaines méritent incontestablement d'être épinglees.

Ainsi, durant la crise (période de confinement), 57 % des habitants du Brabant wallon ont fait leurs courses dans des magasins locaux, de proximité.

Quelque 37 % des sondés affirment avoir davantage jardiné, dont 31 % dans leur potager. En matière de mobilité, pas moins de 85 % des personnes interrogées disent regretter déjà la diminution de la pollution atmosphérique et 87 % la réduction du trafic routier. Pour se déplacer, quelque 70 % éviteront à l'avenir les transports en commun et, de manière générale, voyageront moins (61 %).

Près de la moitié des sondés fréquentera moins les cafés/restaurants, tandis que 84 % éviteront les grandes foules et grands événements. C'est très clairement au domicile que la population se sent le plus en sécurité et, par contre, en réelle insécurité dans les transports en commun ou encore les lieux publics clos comme les théâtres ou les galeries commerciales.

Du temps pour changer

Le sondage indique encore que 46 % des habitants du Brabant wallon se sont sentis réellement impactés par la crise du Covid-19. Tous sont unanimes pour considérer que, suite à cette crise sanitaire, la société va connaître des changements tant dans la vie privée que

professionnelle.

Déjà 62 % des sondés regrettent, avec la fin du confinement, de ne plus pouvoir consacrer davantage de temps à leur conjoint et/ou leurs enfants.

Près de 60 % s'est vu proposer la possibilité de télétravailler partiellement ou totalement. Quelque 75 % admettent aussi qu'ils devront consacrer du temps pour « digérer » de tels changements. Du temps qu'ils n'ont plus, ou moins, depuis la sortie du confinement !

De nombreux indicateurs, même s'il ne s'agit que d'un sondage à un temps T, qui, couplés aux réflexions citoyennes très attendues via l'incubateur de projets LE CUBE, devraient orienter, voire recadrer certaines politiques menées par l'exécutif provincial au bénéfice des 400.000 habitants qui vivent et/ou travaillent sur ce territoire...



WWW.CUBEBW.BE

cubebw@brabantwallon.be

Tél. : 010/23.69.84

Pensez CCI pour vos formations !

Nous vous aidons
à renforcer
vos connaissances,
à vous former avec
des professionnels et experts,
à partager avec vos pairs.



designed by  frespik

Au travers de séminaires et de formations :

- Sous forme de cycle ou de thématique isolée
- En modules de courte et longue durée
- Formations intra-entreprise sur mesure



Au travers de Clubs thématiques :

- Club Business Leader
- Club Commercial
- Club Directeurs financiers
- Club Communication/marketing
- Club RH
- Club primo-exportateur
- Club import-export (région thématique)
- Club Femmes Dirigeantes
- Club Jeunes Décideurs
- Tables de conversation (langues étrangères)

Pour l'ensemble
de vos formations,
suivez nos informations sur :



www.ccibw.be/agenda



www.ccih.be/agenda



www.cciwapi.be/agenda

NE VENDEZ PAS UN PRODUIT: PROPOSEZ UNE SOLUTION!

Le terme « servitisation » s'étale de façon de plus en plus régulière dans les pages des magazines et sur les sites Internet. En combinant produit(s) et service(s), les entreprises s'assurent de faire mouche auprès de leurs clients. Plus que jamais, il est ici question de « valeur ajoutée » et de « sur mesure » ; ces notions trouvent toute leur dimension au travers de solutions complètes, répondant à des problèmes particuliers, apportées sur un plateau d'argent au client.

Aujourd'hui, on assiste même de plus en plus souvent à une évolution du modèle d'affaires consistant à vendre un produit physique ; c'est alors l'utilisation seule de ce dernier enrichi de services numériques, en dépôt chez le client, qui est proposée par le fournisseur...

FRANCE DEUSE & STÉPHANIE HEFFINCK



La servitisation, quand l'usage devient plus important que la possession

Après un doctorat en stratégie d'entreprise à l'UCL, Nicolas Neysen a été conseiller en stratégie pendant 7 ans. Il a également écrit un ouvrage intitulé « Stratégie des organisations » paru en 2017 chez DeBoeck Supérieur dans lequel il aborde, notamment, la notion de servitisation. Aujourd'hui, il est chargé de cours et responsable du HEC Digital Lab et de la transformation numérique à HEC Liège. Il a accepté de nous parler de la servitisation et de ses enjeux.

► En quelques mots, pouvez-vous nous donner une définition du concept de servitisation ?

N. Neysen : « La servitisation décrit le phénomène selon lequel les entreprises (principalement manufacturières) ont tendance à proposer davantage qu'un simple produit, mais bien un ensemble intégré de produits et de services, soit une "solution complète", qui répond de façon bien plus convaincante et appropriée à un besoin particulier ».

► Quels sont les principaux enjeux de cette nouvelle manière de concevoir son modèle économique ?

N.N. : « Je pense d'abord qu'il faut s'ouvrir à l'open data et s'interroger sur la valeur des données. Ensuite, il faut impliquer le client final dès le processus de recherche pour s'aligner sur le vrai besoin de l'utilisateur et mettre en place les meilleures solutions. La cocréation et l'innovation collaborative peuvent faire naître de réelles opportunités ».

► Pouvez-vous donner un exemple de business model illustrant ce concept de servitisation ?

N.N. : « Ce qu'on appelle l'Everything-as-a-Service (ou XaaS) - où le everything peut être remplacé par mobility, software, infrastructure, etc. - évoque l'évolution du modèle d'affaires qui consistait jusqu'à présent à vendre un produit (un logiciel, une machine, une voiture,

etc.) vers un modèle où on préfère vendre l'utilisation de celui-ci (un temps d'utilisation, des kilomètres à parcourir, un volume de production, etc.). Cela génère des revenus plus récurrents dans le temps pour le fournisseur et une plus grande capacité d'adaptation pour le client qui ne paye que ce qu'il utilise ».



Nicolas Neysen, chargé de cours et responsable du HEC Digital Lab et de la transformation numérique à HEC Liège

HEC DIGITAL LAB:

Rue Louvrex 14 à 4000 Liège - hecdigitallab@uliege.be
www.hec.uliege.be – www.digitallab.be

Vendre de la... valeur!

« On se souvient de la qualité bien plus longtemps que du prix !

Cette citation, **Xavier Teichmann** (Oxymore Company - www.oxymorecompany.com) l'emprunte volontiers à Guccio Gucci, d'autant qu'elle corrobore une étude menée par Tom Reilly ; l'auteur de *Value-Added Selling*, dans une enquête menée auprès de plusieurs milliers de personnes, prouvait que le prix était ce paramètre qui obnubilait bien trop les vendeurs. Ainsi, les commerciaux lui attribuaient une « note moyenne » de 8,3 sur 10, tandis que ce paramètre ne récoltait qu'un 7,2 sur 10 pour les acheteurs. Le formateur américain en déduisait donc que les vendeurs passaient à côté d'un enseignement de poids : le client est aussi en recherche d'une **valeur ajoutée** d'un produit/service !

Au vendeur d'isoler au sein des qualités de son produit/service, laquelle peut se traduire en bénéfice direct pour son prospect, puis de la (les) pousser sur le devant de la scène...

Au vendeur, donc, d'accroître la perception de valeur chez son interlocuteur...

D'UN MODÈLE À UN AUTRE

Il y a quelques années, sévissait le « hard selling ». Orienté résultats à tous crins, le vendeur laissait parfois sa cible quelque peu désarçonnée avec une désagréable impression d'agression subie. Pour sa part, le « soft seller », entièrement absorbé par sa technique empathique, en perdait de vue les résultats. Quant au « reactive seller », dans une position intermédiaire,

il se contentait de laisser opérer seule la magie de son produit... et voyait s'envoler rapidement son client, face à la pléthore d'offres.

Vers 1980, apparut une nouvelle tendance : la vente de **solutions**. Le commercial privilégia alors une méthode de SPIN Selling (Neil Rackham), en posant à son prospect des questions dans un ordre précis afin de déterminer : sa **Situation**, son **Problème majeur** et ses **Implications** et, enfin, le **gain ou le bénéfice attendu** lorsque le problème serait réglé. (« **Need-payoff** »). Inconvénient de la technique : un prospect se sentant un peu trop mené par le bout du nez vers un terme prévisible.



Xavier Teichmann (Oxymore)

VALEUR +++ !

Voici donc venue, depuis la fin des années 80, l'ère de la « value selling ». L'exaltant exercice va encore consister, pour le commercial, à traduire les caractéristiques de son produit en avantages pour le client, avec

les bénéfices directs à en retirer, tout en appuyant la démonstration au moyen de résultats, preuves, au travers de « cas de figure ». Mais ici, le rôle du vendeur est encore plus « pointu », plus « actif » et le processus va se prolonger dans la durée, prenant toutes les apparences d'un vrai partenariat stratégique entre les acteurs de la vente.

« En mettant quelque peu le prix de côté, il s'agit, pour le commercial, de défendre et très bien connaître son métier – son produit, sa concurrence, la société de son client... - et son entreprise, bien entendu, mais également de prouver au client que lui, le vendeur, fait aussi la différence : il le comprend et sait précisément ce dont il a besoin ! » développe Xavier Teichmann.

Le vendeur sonde donc les mobiles d'achat du prospect. Traditionnellement, l'acronyme « SONCAS » les résume :

- Sécurité
- Orgueil
- Nouveauté
- Confort
- Argent
- Sympathie

Si le client désire acquérir une voiture, par exemple, quelle est sa motivation première : la recherche de Sécurité, dans le véhicule, l'Orgueil de déambuler dans un bolide rutilant, la Nouveauté représentée par des options faisant appel aux dernières technologies ?...

Armé du résultat de son analyse des mobiles du client (et son entreprise), le commercial pioche ensuite, dans les caractéristiques de son produit, ce qui présente, pour eux, un intérêt certain. « Il commence vraiment à créer de la valeur » ponctue le formateur. *Et, ensuite, chaque fois que le vendeur aura un contact avec cette cible, il délivrera encore de la valeur, faisant même émerger des besoins que le client ne soupçonnait pas et*

Le modèle du potentiel commercial



Un bon commercial doit pouvoir développer son potentiel le long de trois axes : son métier, sa capacité relationnelle et ses capacités persuasives !

comment son produit y répond ».

La relation commerciale s'installe alors sur le long terme, faite de confiance, d'échanges, d'un accompagnement de chaque instant du client, même après la conclusion de la vente. De la valeur +++ !

« Avec cette approche, le commercial en arrivera même à ne plus voir le client comme quelqu'un dont il a besoin, mais comme quelqu'un qui a besoin de lui ! » résume en souriant Xavier Teichmann.

L'internet des objets (IoT), une expertise spécifique du Click Fablab de Mons



Un projet IoT du Click Fablab développé en partenariat avec Co-Tools pour la société Ariston...



L'interconnexion entre l'Internet et des objets offre une panoplie de solutions sur mesure de tous types, dans une infinité de domaines ! De manière exclusive en Wallonie, le Fablab de Mons, installé depuis peu sur le Parc scientifique Initialis, offre une expertise, ouverte à tout porteur de projet, sur un axe spécifiquement dédié à l'Internet des objets.

ACCESSIBLE À TOUS

« Que cela soit un matière d'équipements ou au niveau de l'expertise, notre Fablab, qui est aussi dédié, une exclusivité au sud du pays, à l'Internet des objets (IoT, acronyme en anglais), est accessible à tous, PME, indépendants, tout qui est porteur d'une idée ou qui souhaite tester

son projet au tout début de sa phase de conception » précise d'emblée Martin Waroux, chef de projet au sein de ce Click Fablab.

En juin dernier, le Fablab monsieur a déménagé l'ensemble de ses équipements de la rue du Joncquois vers le Parc scientifique Initialis. Le laboratoire est logé dans des bâtiments acquis et préalablement reconditionnés par l'U-Mons.

ECO-SYSTÈME

A vrai dire, c'est un véritable éco-système qui est hébergé sur ce même site pour, comme le résume un petit folder de présentation, provoquer « *le déclic des idées innovantes* ».

Très concrètement, l'objectif final des diverses expertises fédérées au sein de ce bâtiment « Click » est de faire progresser le « porteur d'idée », qu'il se présente seul, en société ou en équipe, dans son « parcours d'entrepreneur ». Pas moins de quatre services sont proposés au même endroit par le Click montois : le **Click Hub**, soit un environnement qui crée les conditions favorables à l'innovation et à l'émergence de projets créatifs ; le **Click Living Lab**, structure initiale qui assiste les porteurs de projets surtout dans le domaine des industries culturelles et créatives ; le **Click N'Start** qui accompagne plus spécifiquement les étudiants entrepreneurs et les chercheurs de l'U-Mons et, enfin, le **Click Fablab**.

L'ensemble de ces structures, actives au sein du territoire « Cœur du Hainaut » (les sous-régions de Mons-Borinage et du Centre), bénéficie du support de l'Intercommunale de Développement IDEA et de l'U-Mons, les moyens de fonctionnement étant apportés, jusqu'à fin 2023, par des contributions wallo-européennes via les programmes FEDER.

LE CHOIX DE L'IOT

C'est en fait depuis 2018 que le Click FabLab de Mons a pris l'option de se spécialiser dans l'Internet des objets.

A cet effet, trois personnes assurent l'encadrement des porteurs d'idées ou de projets qui se présentent aux portes de ce laboratoire.

Parmi celles-ci, François Roland, ingénieur civil telecom, prend en charge le volet technique ou électro-mécanique du projet tandis que Ludvin Fourez, manager du FabLab et Martin Waroux, chef de projet, assurent les volets encadrement/accompagnement et formation.

« *Souvent, précise Martin Waroux, tout est à faire avec le porteur de projet qui peut être un étudiant, un retraité ou encore un pur créatif* ».

IOT INDUSTRIEL

Evoquer l'internet des objets, c'est penser spontanément à des applications ludiques ou domestiques comme la montre connectée ou encore des utilisations en domotique (contrôle à distance, etc.).

« *Nous travaillons ici davantage sur des applications plus pointues ou industrielles, comme, à titre d'exemple récent, le projet, en phase-test, d'une cave à vin connectée* » précise François Roland.

Pour Ariston thermo group (fabricant de chaudières) et un de ses sous-traitants intégrateur de Braine-le-Comte (Co-Tools), le FabLab de Mons a développé un système de contrôle qualité sur une ligne de production de boîlers.

Un dispositif, mis au point en quatre mois à Mons, qui optimalise aujourd'hui cette ligne en réduisant quasi à néant les rebuts.

« *Au niveau de l'IOT, les équipements du FabLab nous permettent d'intervenir sur les volets télécom, hardware, software et enfin, au niveau de l'interface pour la transmission des données* » résume François Roland.

L'E-SANTÉ AUSSI

Outre des applications industrielles, l'e-santé est un autre domaine où l'IoT pourrait trouver de nombreuses applications.

« *Notre mission est aussi de sensibiliser les entreprises à des applications IoT de tous types susceptibles d'apporter une véritable valeur ajoutée à leur process ou service* » conclut Martin Waroux.

D'ici fin 2023, le Click FabLab de Mons devra, contractuellement dans le cadre de ses engagements FEDER, avoir traité 45 projets IoT.

La machine est bien lancée et l'objectif assigné devrait être rencontré sans aucune difficulté.

www.le-click.be

Hugo Leblud

LIMELOGIC: l'infogérance all inclusive

Limelogic offre un service de gestion de réseau informatique all inclusive adressé aux PME. Le package comprend le matériel, les logiciels, la maintenance et la résolution des pannes pour un forfait invariable. Les entreprises peuvent ainsi budgétiser leurs dépenses informatiques à l'euro près...

Jean-Christophe Robin a créé Limelogic en 2006 après avoir géré le système informatique de l'entreprise où il était directeur commercial.

« *Si vous n'avez pas d'IT Manager, il est très compliqué d'apprécier la pertinence des interventions qui vous sont facturées et presque impossible de prévoir un budget annuel. Avec notre approche, nous avons une obligation de résultat, et non plus uniquement de moyen, et le client est certain de pouvoir retravailler dans un délai de 4 heures en cas d'incident majeur.* »

LE « TOUT-COMPRIS » LÈVE LE DOUTE SUR LA COMPÉTENCE DU PRESTATAIRE

Le modèle d'affaires proposé par Limelogic est assez simple et transparent : le chef d'entreprise exprime ses besoins et bénéficie d'une solution pour une période de 60 mois. Le tarif est fixé par mois et par utilisateur et couvre tout 24h/24, 7j/7 : le matériel, les logiciels (sauf ERP, CRM, etc.), la résolution des incidents et la maintenance. « *Nous misons évidemment sur notre expertise, sur la fiabilité de notre matériel et la stabilité des produits que nous installons. Nous avons quelques fournisseurs avec lesquels nous travaillons en réel partenariat. Notre objectif est de maîtriser le réseau de A à Z, et nous sommes en permanence dans une démarche d'amélioration pour tenir notre niveau de qualité.* »

Depuis 2 ans, Limelogic a également un bureau à Bruxelles pour être plus proche de ses clients néerlandophones. Preuve que le modèle répond à une attente des PME.

LIMELOGIC:

Rue Ernest Solvay, 29 à 4000 Liège - Tél. : 04/221.10.10
Avenue Louise, 149 à 1050 Bruxelles - Tél. : 02/850.94.07
www.limelogic.be



POLYTEX: la gestion du textile depuis plusieurs générations

Depuis 1986, la société eupenoise Polytex est spécialisée dans la location de tapis absorbants. Elle propose aujourd’hui, en plus des tapis absorbants, la vente d’une gamme complète d’équipements de sécurité ainsi que la vente et la location de vêtements de travail. Sa blanchisserie, située à Saint-Vith, offre quant à elle, un service de location et de nettoyage de linge plat pour les hôtels et maisons de repos.



Les grands-parents d’Olivier Egyptien, le directeur opérationnel de Polytex, ont lancé l’entreprise familiale de blanchisserie en 1955. « *Depuis le départ, nous proposons la gestion du textile pour que nos clients puissent se consacrer à l’essentiel. A l’époque, les particuliers qui n’avaient pas de machine à laver nous confiaient leur linge et pouvaient ainsi passer plus de temps avec leur famille. Aujourd’hui, les professionnels qui nous font confiance peuvent, de manière similaire, se concentrer sur leur business et mieux maîtriser leur budget grâce à une tarification sans surprise* ».

CONSEIL ET SERVICE SUR MESURE

Polytex a, depuis toujours, la volonté d’être proche de ses clients et de leur proposer du conseil et une gamme de services sur mesure. En ce qui concerne la location de vêtements de travail par exemple, c’est grâce à une analyse des risques propres à chaque entreprise, que Polytex définit avec ses clients les vêtements adéquats. Elle assure ensuite un service complet qui va de la prise des mesures de chaque travailleur, au passage hebdomadaire pour la reprise des vêtements sales et le dépôt des tenues propres en passant par l’étiquetage (chaque pièce porte un code-barres permettant de gérer son entretien et son attribution systématique au même



travailleur), la mise à disposition d’armoires nominatives, le nettoyage professionnel, le contrôle et la réparation éventuelle ou le remplacement d’articles abîmés ou usés.

C’est aussi pour répondre à une demande de ses clients que le show-room d’Eupen a été créé il y a un peu plus de 20 ans. « *Pour les essayages, pour l’achat de matériels de sécurité, de vêtements complémentaires ou de loisirs ou pour ceux qui préfèrent acheter et gérer eux-mêmes leurs équipements de travail, nous avons conçu ce magasin pour compléter notre offre de location* ».

De la gestion des tapis absorbants à sa blanchisserie Hola de Saint-Vith qui gère la livraison et le nettoyage de 25 tonnes de linge plat chaque semaine pour le secteur hôtelier et les maisons de repos en passant par les vêtements de travail, l’objectif de Polytex est de proposer des services les plus complets et les plus flexibles possible.

POLYTEX

Rue de l’Industrie, 15 à 4700 Eupen - Tél.: 087/56.02.59
office@polytex.be - www.polytex.be

CYC2: un monitoring de l’empreinte carbone dans votre entreprise

L’activité principale et historique de CYC2, créée en 2008 par Frédéric Witmeur, est le « mobile fleet management » facilité grâce au traitement de données numériques. « *Parmi nos clients, que nous aidons à gérer la flotte GSM, nous comptons de grosses sociétés comme GSK, SWIFT, UCB ou Belfius,...* » précise Jean-Marc Lebrun, Senior Business Development Manager.

Il y a 3 ans, l’entreprise a lancé sa « Wifibox », premier hotspot Wifi international sans carte SIM, permettant de connecter en toute sécurité 5 appareils dans le monde entier, sans limitation.

Récemment, c’est l’un de ses clients historiques du Brabant wallon qui a été à l’initiative de la création de la nouvelle solution CYC2, « Carbon Footprint », cette fois destinée à la gestion de l’empreinte carbone de

son parc automobile. Une deuxième entreprise, Technord, à Tournai, lui a déjà emboîté le pas... et d’autres suivront!

« *Gérer l’empreinte carbone, cela consiste à mesurer, fixer des objectifs de réduction à moyen et à long terme et à accompagner, avec un monitoring permanent, ces émissions de CO2* », reprend Jean-Marc Lebrun.

JOINDRE L’ACTE À LA PAROLE...

Posant le constat que cet aspect interpelle de plus en plus d’entreprises (ndlr : en atteste une récente lettre signée par plus de 150 entreprises, investisseurs, réseaux d’affaires européens réclamant une réduction d’au moins 55 % des émissions de CO2 au sein de l’UE d’ici 2030), le Business Development Manager suggère : « *interpeller les pouvoirs publics, c’est*

bien, joindre l'acte à la parole, c'est mieux. Chaque entreprise pourrait, en tous les cas, agir plus facilement à son niveau avec notre solution ». Et notre interlocuteur rappelle, dans la foulée, l'invitation aux entreprises de la Commission Européenne, à communiquer dans les rapports annuels d'autres données que les informations financières, en particulier les informations ESG (Environmental, Social and Governance). « Cela pourrait même devenir une obligation ! », prévoit-il.

La philosophie de la solution « Carbon Footprint » de CYC2 consiste, comme pour les GSM, à récolter les données des fournisseurs pour chaque utilisateur de véhicule et à lui fournir par mail, sous forme graphique, une « photographie » par trimestre de ses émissions de CO2.

« Dans le cas d'une voiture hybride, par exemple, le nombre de pleins de diesel et la consommation électrique au départ de bornes, au bureau, publiques ou chez soi apparaissent. En fonction d'un ensemble de paramètres objectifs et d'une méthodologie officielle, la quantité de CO2 générée est indiquée ».

La moyenne des émissions de CO2 de l'ensemble des conducteurs y figure, une manière de comparer sa propre empreinte carbone. « Les personnes constatent parfois qu'elles peuvent améliorer leur comportement, en chargeant par exemple, davantage sur borne électrique qu'en recourant au diesel. ».

L'état des lieux peut aussi éclairer les « petites fraudes » de celui qui s'approvisionnerait en essence à la pompe, pour un véhicule de société censé rouler au diesel, par exemple, même si l'objectif reste avant tout de responsabiliser les utilisateurs.

Et, grâce à cet outil, le Fleet Manager dispose, quant à lui, d'un beau tableau de bord lui permettant de visualiser les progrès en termes de réduction via les politiques mises en œuvre.

« Partant des données des fournisseurs de nos entreprises clientes (carte essence, électricité), nous manipulons les « Big Data » et établissons un état des lieux personnalisé pour chaque utilisateur, envoyé par mail. Chaque conducteur sera ainsi sensibilisé à son empreinte carbone et sera ensuite plus attentif à une meilleure utilisation des ressources mises à sa disposition ».



CYC2

Chée de Louvain, 431 à 1380 Lasne - Tél. : 02/851.00.10 – www.cyc2.be

KEWLOX: meubles et services modulaires

Est-il encore nécessaire de présenter Kewlox, ce meuble de rangement modulaire et durable au design intemporel fabriqué en Belgique depuis 1960 ? Mais connaissez-vous tous les services mis en place par la société d'Eghezée pour faciliter la vie de son client ?

Même si le concept est resté le même et qu'il est encore possible de compléter, moderniser ou réparer des meubles Kewlox qui ont plus de 50 ans, les temps ont bien changé. L'entreprise familiale a su évoluer et rester dans l'air du temps pour offrir le meilleur service à ses clients. « Au début, la société créée par mon grand-père fabriquait à la demande et les clients ne pouvaient pas venir chercher leur commande le samedi après-midi. Aujourd'hui, nous pouvons préparer un meuble personnalisé en 10 jours, le livrer et le monter et nous travaillons en permanence pour réduire encore les délais » explique Geneviève Le Clercq, Administratrice déléguée.

OBJECTIF: FACILITER LA VIE DU CLIENT

Pour capter le client, c'est également en amont de l'achat que celui-ci est véritablement accompagné : configurateur en ligne, appel gratuit pour



obtenir les conseils d'un professionnel ou visite d'un conseiller chez les clients business, tout est mis en place pour fluidifier l'expérience client, lui permettre d'avoir les informations qu'il désire et limiter les moments d'arrêt dans son processus d'achat.

« Les évolutions sont apparues au fil du temps. Il faut rester à l'écoute, capter et surtout comprendre ce qu'attend l'acheteur pour ensuite s'adapter à sa demande. En matière de logistique par exemple, la pandémie nous a obligé à réagir rapidement pour modifier nos services à domicile et continuer à honorer les commandes des clients dont les habitudes avaient changé ».

KEWLOX:

Rue Sainte-Anne, 7 à 5310 Leuze (Eghezée) - Tél. : 0800/14.895 - info@kewlox.com - www.kewlox.com

De l'ouverture de ses magasins (en Belgique et à Cologne) au développement de son webshop et de son configurateur en ligne en passant par le développement de sa gamme de produits, l'objectif de Kewlox est toujours le même : offrir un meilleur service au client.

CAFÉS LEROY-HIVRE-CHAVAL: formules complètes et flexibles

Thierry Leroy est à la tête de la société Cafés Leroy...

Avec l'arrivée de son fils Axel, son entreprise familiale a déjà vu se succéder 5 générations de torréfacteurs mus par une même passion du métier.

« Historiquement, notre cible était constituée de particuliers, mais aujourd'hui, ils se procurent nos produits dans la grande distribution, les magasins de proximité et nous nous adressons de plus en plus aux entreprises » nous précise Axel Leroy.

AUTANT DE SOLUTIONS QUE DE CLIENTS...

« Faire la différence » dans un milieu concurrentiel, cela se construit sur un produit de qualité : du café artisanal de qualité des marques Leroy, Hirve et Chaval, en ce qui concerne Leroy.

Mais la société de Wallonie picarde a depuis longtemps compris qu'en y greffant des services spécifiques, en réponse à des besoins exprimés, latents ou même inconscients de ses clients, elle miserait, avec eux, sur une relation durable.

Comme les attentes des uns sont différentes de celles du voisin, la Maison a donc poussé loin sa réflexion sur des services personnalisés/personnalisables. Comment apporter les bons produits, accompagnés de services optimisés, dans une fourchette de prix raisonnable ?

Petite démonstration...

Un constat d'abord : de moins en moins de sociétés désirent acheter leur machine à café, « même si c'est toujours possible, chez nous », souligne notre interlocuteur. La réponse : Cafés Leroy vient avec un « package » : une machine robuste mise à disposition gratuitement, avec un service technique compris. La condition : le client s'engage à commander annuellement au minimum 3 packs de produits (cafés, sucre, lait, spéculoos), d'une valeur de 100 euros HTVA. Avec le pack Expresso, elle apporte aux petites structures une proposition « à la tasse », de café fraîchement moulu alors que son pack « percolation » composé de son percolateur avec thermo est d'un usage plus commode quand les débits sont importants.

Une solution personnalisée, donc, en fonction de la taille de l'entreprise



Thierry et Axel Leroy (à droite)

cliente... Mais pas que...

Deuxième observation : d'une région à l'autre, d'une personne à l'autre, les goûts diffèrent. Cafés Leroy offre donc au client 15 jours de tests gratuits, sans engagement, d'un éventail de cafés afin qu'il puisse identifier ses préférences.

Et va même plus loin. Si ses packs de base (ndlr : pour la formule Pack Expresso) sont constitués de café, capsules de lait, spéculoos, sucre, la formule est modulable. « En fonction du secteur d'activité du client par exemple. Prenons le cas d'un glacier, d'une boulangerie, pour qui nos accompagnements de café seraient superflus car ils en ont déjà. Nous pouvons leur y substituer du thé... » illustre Axel Leroy.

Si les torréfacteurs ont bien saisi qu'un fonctionnement « à la carte » était un atout de poids, ils ont aussi pensé au « zéro tracas », une garantie de leur solution globale.

Ainsi, à une fréquence définie, leurs propres techniciens procèdent à l'entretien de la machine du client en y substituant une autre afin que celui-ci ne soit jamais privé de café !



Des machines en dépôt chez le client et un ensemble de services compris



ATELIERS DE CONSTRUCTION **DETHIER** SPRL

Bâtiments industriels - Constructions métalliques

Rue Rosa Luxembourg 87A - 4630 Soumagne T. 04 377 23 73 F. 04 377 36 85 info@ateliersdethier.be www.ateliersdethier.be



Fabienne DUMOULIN
Comptable en charge du suivi
de plateforme digitale

**PLUS DE CONFiance
À VOTRE ACTIF !**

Conseil • Audit • Comptabilité • Fiscalité

www.acfgroup.net

**Besoin de disposer de vos
informations financières et
comptables en temps réel ?**

Chez ACF Group, nous avons depuis longtemps anticipé la transformation numérique en mettant à la disposition de nos clients des outils facilitant l'accès à leurs données comptables, à distance, 24H/24 et de façon entièrement sécurisée.

Grâce à cette plateforme digitale unique, nous offrons à nos clients un maximum de visibilité sur leur situation financière et leur permettons d'améliorer la qualité de gestion de leurs activités et d'optimiser les prises de décisions.

Envie d'en savoir plus sur ces outils ou de mieux connaître les services proposés par ACF Group ? Contactez les filiales de Bastogne, de Liège et de Marche-en-Famenne ou visitez notre site Internet !



CONSTRUCTIONS GROS-OEUVRE FERMÉ: PROPRES équipes de terrassements,
PROPRE fabrication de menuiserie en alu, PROPRES équipes de travaux d'étanchéité,...

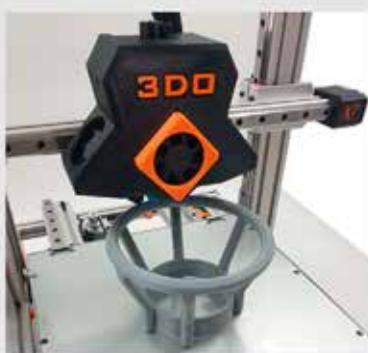


BÂTIMENTS INDUSTRIELS AGRO PISCINES

Belgian Cable Park
nous a aussi fait confiance!

Client: Marquis Antoine
Surface: 1.200 m²
Ville: Tertre
Architecte: RG architectes

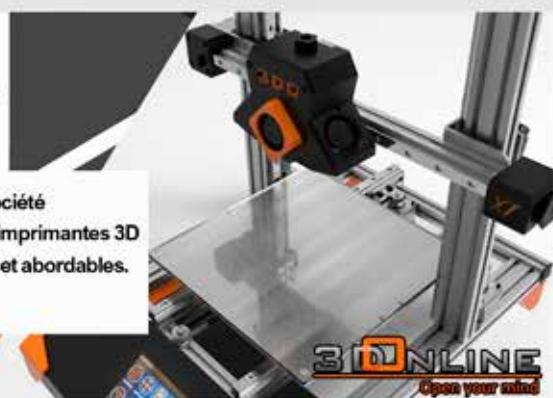
www.willynaessens.be



MA³MA
Professional 3D Printer

Conçue et fabriquée en Belgique par la société
3Donline.be, la Magma est une gamme d'imprimantes 3D
de qualité, plug and print, faciles à utiliser et abordables.
L'industrie 4.0 est à votre porte !

Découvrez nos imprimantes 3D sur www.3dmagma.be



3D ONLINE
Open your mind

LAISSER DE LA LIBERTÉ AUX CLIENTS...

L'ultra-flexibilité de la société se marque encore par quantité de points d'attention pour satisfaire ce dernier sans l'enfermer dans des clauses de contrats trop rigides.

Chez Cafés Leroy, on admet qu'un contrat prenne fin avant le terme auquel s'est engagé le client, « pour de bonnes raisons : de déménagement, de réduction de personnel... » (sic). On accepte aussi de mutualiser les quantités minimales de packs imposées sur l'ensemble des machines du client qui aurait plusieurs sites/départements aux consommations de café variables.

Et, en cette période de coronavirus, où le télétravail s'est renforcé, on ne tiendra pas rigueur à l'entreprise qui n'a pas commandé le nombre requis de packs de produits. « *On va mettre 'de l'eau dans notre café', par*

ces temps de crise pour tout le monde, si je puis adapter l'expression », s'exclame le fils du fondateur.

Enfin, la société se charge aussi du recyclage de machines arrivées en fin de vie, - tâche dont elle dispense encore son client - puis les relance dans le circuit ; son service technique assure également la maintenance de ces produits de seconde main revendus à des particuliers ou entreprises qui en feraient un usage moins intensif.

En résumé, les torréfacteurs hennuyers nous donnent une parfaite illustration du « win-win-win » liant l'entreprise, son client et l'environnement !

CAFES LEROY-HIVRE

Rue du Serpolet, 22 à 7522 Tournai
Tél. : 069/22.19.34 - www.leroyhivre.be

LUMINUS: de “simple” producteur et fournisseur d'énergie à conseiller en services d'efficacité énergétique

Aujourd'hui, le groupe Luminus, numéro 1 belge de l'éolien terrestre, et ses filiales proposent une gamme importante de services aux particuliers comme aux entreprises. Son business model n'est plus basé sur la quantité d'énergie fournie, mais sur le développement de services connexes. Rencontre avec Henri Buenen, Chief Commercial Officer.

► Quels sont les principaux services que Luminus offre désormais à ses clients ?

H. Buenen : « Nous proposons, entre autres, la réalisation de travaux d'isolation, la pose de panneaux solaires, l'installation de pompes à chaleur ainsi que le remplacement et la maintenance des chaudières. Pour les entreprises, nous avons développé un programme d'accompagnement vers la neutralité carbone. Nous analysons leurs besoins et proposons des solutions pour améliorer leur bilan énergétique. Nous offrons par exemple des services liés à la mobilité électrique : ajustement de l'installation et de la capacité électrique, installation des bornes de recharge privées, au bureau, et en route ».

► Comment en êtes-vous venu à développer toute cette gamme de services? Quelle a été la démarche?

H.B. : « Nous sommes partis du constat que le monde consommait beaucoup trop d'énergie, plus que ce que la planète pouvait offrir et supporter. Ça peut sembler bizarre dans la bouche d'un fournisseur d'énergie, mais on voulait contribuer à l'effort collectif et tenir compte des enjeux climatiques et environnementaux. Nous pensions également que nous étions idéalement placés pour en faire un business et pour accompagner nos clients dans cette démarche. Depuis lors, notre mission est devenue « Construire un avenir neutre en CO2, ensemble, avec nos clients ». C'est pourquoi nous avons lancé, depuis 2015, une stratégie axée sur le développement des services d'efficacité

énergétique, boosté le développement éolien et l'innovation. Avec 213 turbines, nous sommes d'ailleurs numéro 1 en éolien terrestre. ».

► Pour proposer ces services, vous faites appel à des sociétés dont c'est le métier premier comme Dauvister ou Newelec. Quels sont vos rapports de collaboration avec eux?

H.B. : « Nos filiales nous ont apporté de l'expertise en matière d'efficacité énergétique. Nous soutenons leur modèle entrepreneurial en préservant leur caractère familial et local et en confirmant l'équipe de management en place. Elles grandissent depuis qu'elles nous ont rejoints et font désormais elles-mêmes des acquisitions pour se renforcer ».



LUMINUS :
btb@luminus.be
www.luminus.be

LA BICYCLETTE: une communauté de passionnés avant tout!

« Quand on partait de bon matin, quand on partait sur les chemins... à bicyclette. Nous étions quelques bons copains [...] ». Jérôme Neut a dû fredonner souvent l'entêtante chanson d'Yves Montand, tant et si bien qu'il en a dérobé le titre... pour son magasin de cycles. Fondée en mars 2019, à Genappe, *La Bicyclette* offre à ce pompier un espace pour assouvir sa passion de la petite reine avec d'autres « mordus » comme lui: ses clients. Dans l'aventure, il a été rejoint par sa compagne, Florence Vanbelle.



FAVORISER LES ÉCHANGES...

« On travaille avec 4 marques de vélo, dont 2 pour une clientèle de niche, des vélos très spécifiques, avec du titane. Des engins pour la vie ou presque » sourit Jérôme Neut.

« En ciblant tout particulièrement une marque américaine avec toutes les options imaginables, j'ai joué la carte de la personnalisation », s'exclame le trentenaire.

Celui qui s'ingénie à ce que son client « en ait pour son argent, en ressortant avec les conseils et... tout ce qui va autour de son achat » (sic) adore quand les amateurs de deux-roues flâneront dans sa boutique par pur plaisir. Autour d'une petite bière ou sur les réseaux sociaux, il répond aux demandes les plus diverses et même en soirée. Rassemblant autour de lui une communauté de cyclistes, il fourmille de projets pour l'étoffer et en renforcer les liens. Au nombre de ces idées: des conférences thématiques, dans le magasin, portant sur des sujets comme l'alimentation durant les randonnées, le chargement, etc., mais aussi, pourquoi pas, des randonnées qu'il organiserait lui-même, au départ de son magasin, jusque dans les Vosges, les reliefs montagneux à défier tous ensemble...

« Ça permettrait aussi d'encore mieux connaître nos clients, d'avoir un 'feeling de plus en plus fun' avec eux », s'exclame le pompier, enthousiaste, qui rêve d'installer dans un coin de sa boutique un petit salon avec canapé vintage pour y favoriser les échanges sur le vélo dans une ambiance détendue.

BIKE PAKINGS

Jérôme compte explorer loin le créneau de la randonnée avec les bike pakings, précurseur dans cette voie parmi les magasins de cycles. Lors de ces pérégrinations en pleine nature, le « poids plume » du matériel est en effet déterminant pour avaler les kilomètres le plus confortablement possible. « Sur ces vélos sportifs, vous chargerez donc, par exemple, des tentes très légères: entre 800 gr et 1 kg 300 pour 2 personnes, que vous trouverez bientôt chez moi, ainsi que des matelas, des sacs de couchage ultra légers ! ».

Mettre sur pied et enrichir une communauté autour de son activité, explorer une niche: des « plus » offerts par la Bicyclette, dont le sens du service n'a (presque) pas de limite.

Jérôme est ainsi toujours disposé, quand le temps le lui permet, à dépanner son client chez lui, avec son atelier mécanique mobile. « C'est parfois malaisé pour le client d'embarquer un vélo électrique pour le déposer à l'entretien » !

Et aujourd'hui, il se charge de la maintenance du parc vélo d'une école de Court-Saint-Etienne. Un service qu'il pourrait offrir également aux entreprises...

LA BICYCLETTE

Avenue des Combattants, 165 à 1470 Genappe
Tél.: 010/22.93.16 – www.labicyclette.be

MENUIFAB: quand la plus-value de l'un rejaillit... sur le développement de l'autre!

Philippe Marquant et Laurence Collin sont à la tête de Huygens-les Techniciens Menuisiers et Menuifab. Cette dernière, orientée B2B, se positionne en tant que fabricant de châssis « partenaire des menuisiers ».

Dans un milieu où la concurrence fait rage, le couple s'est rapidement penché sur l'élaboration d'une stratégie commerciale percutante...

ACCOMPAGNEMENT COMPLET...

« Certes, nos produits (ndlr: châssis, portes, fenêtres, vérandas, verrières, portes de garage...) ont toujours été de qualité, mais d'autres en proposent aussi. Il nous est donc clairement apparu qu'il nous fallait nous positionner avec une offre de services supplémentaires ! », expose Laurence Collin, Administratrice déléguée.

De quoi leur cible avait-elle besoin, consciemment ou inconsciemment ? Et comment les solutions proposées pouvaient-elles répondre à certaines problématiques qu'elle rencontrait, voire même, aller encore plus loin pour « booster » son développement ? Et s'assurer, par là-même, de fidéliser ces clients ?

« *En interne, nous avons des ressources, un bureau d'études, un personnel formé qui peut apporter ponctuellement un conseil, une aide sur le chantier aux menuisiers. En rencontrant les architectes avec eux, en leur offrant également nos formations pour la pose de châssis, nous faisons en sorte qu'ils se donnent les meilleures chances d'obtenir un marché* », explique Laurence Collin.

PROGRAMME DE FIDÉLITÉ À LA CARTE...

Au rez-de-chaussée de ses nouvelles infrastructures, l'entreprise leuzeoise a aménagé un espace pour ses clients menuisiers, avec des échantillons, un écran pour des démonstrations, etc. A l'étage, Menuifab a déployé son show-room.

Et pour aider ses clients à séduire... leurs propres clients, le fabricant de châssis n'hésite pas à les inviter à pénétrer ensemble dans son atelier. Ici, rien à cacher, mais, au contraire, une grande fierté de montrer comment naissent les produits. « *Le plus beau show-room restera toujours notre atelier et nous voulons qu'il devienne aussi le show-room de nos menuisiers !* », s'exclame le couple d'associés.

Originalité du panel de services offerts par Menuifab : le programme de fidélité. La société offre ainsi une cagnotte marketing pour inciter les menuisiers à investir dans leur publicité et leur développement commercial. Ici aussi, les possibilités sont nombreuses et « à la carte », toujours orientées dans une optique « gagnant-gagnant ».

Cette cagnotte pub, ils peuvent choisir d'y puiser pour se procurer une visibilité sur un support : leur camionnette, des tee-shirts, des dépliants promotionnels...

« *Nous pouvons même aller jusqu'à contribuer aux frais d'inscription à une foire commerciale, voire leur prêter du matériel, notre propre stand* ». Et Laurence Collin de conclure : « *Nous ne sommes pas les moins chers du marché, mais tout ce qu'il y a « derrière » nos produits, cela, nous pouvons affirmer que les autres ne le proposent pas !* »



L'une des meilleures manières d'accroître son business est probablement celle qui consiste à « booster » celui de ses clients...

MENUIFAB

Zoning de l'Europe
Chemin d'Eole, 16 à 7900 Leuze-en-Hainaut
Tél. : 069/45.24.54 - www.menuifab.com

La servitisation numérique, de nouvelles opportunités pour les fabricants de produits

La servitisation numérique est un type spécifique de servitisation. Dans ce nouveau modèle de revenus, la valeur est créée grâce à des services numériques qui enrichissent un produit physique. Les exemples les plus parlants sont les objets intelligents où les services facilitent l'utilisation du produit. Mais le concept peut être poussé jusqu'au produit complet proposé en tant que service. Découvrons avec Mathias Verbeke, expert en servitisation numérique chez SIRRIS, les enjeux de cette nouvelle manière d'innover.

► Quels sont les opportunités de la servitisation numérique ?

M.Verbeke : « À une époque où la concurrence augmente et la durée de vie moyenne des produits se raccourcit en raison d'une variabilité accrue des produits, le passage à la servitisation numérique offre de nombreuses nouvelles opportunités pour les fabricants de produits. Tout d'abord, les services supplémentaires aident un produit à se différencier de la



© Fotostudio Lehmans

concurrence. Ensuite, la conclusion d'un contrat de service avec un client permet de construire des relations à plus long terme et de mieux comprendre ses besoins. Cette « intimité client » accorde généralement plus de revenus tout au long du cycle de vie du produit. Il permet également au constructeur de produits de recueillir des informations précieuses à partir des données d'utilisation des produits collectées. Elles peuvent ainsi, par exemple, être utilisées pour améliorer la conception de futurs produits ».

► **À côté de ces opportunités, le passage à un modèle économique de servitisation numérique s'accompagne également d'un certain nombre de nouveaux défis. Quels sont ceux que vous observez le plus souvent ?**

M.V.: « Tout d'abord, il faut que le constructeur améliore le produit physique avec la technologie nécessaire et l'équipe d'une série de capteurs connectés qui vont lui permettre, pour commencer, de collecter des données et de les analyser pour obtenir des informations utiles. Deuxièmement, l'entreprise doit choisir le modèle commercial qui répond le mieux possible aux besoins de ses clients. Enfin, l'étape la plus complexe est le passage de l'idée de servitisation numérique à un premier prototype. A cette étape, l'entreprise est confrontée à une multitude de choix, que nous appelons chez Sirris la « paralysie du produit intelligent ». En accompagnant les entreprises tant au niveau commercial que technologique, nous aidons les entreprises à surmonter cette phase et atteindre les étapes suivantes ».

► **Quels sont les impacts sur la stratégie et le fonctionnement de l'entreprise ?**

M.V.: « Cette transition de modèle d'entreprise a un impact sur un certain nombre d'aspects organisationnels. Pour s'adapter à ce passage d'un transfert de propriété ponctuel à la maintenance continue d'un produit numérique complémentaire, une entreprise doit se doter de nouvelles compétences pour maîtriser ces nouvelles capacités technologiques. En outre, dans la plupart des cas, cela nécessite également un modèle d'organisation plus collaboratif, dans lequel des synergies avec d'autres parties prenantes de la chaîne de valeur doivent être établies pour gérer cette nouvelle relation avec le client. Pour terminer, la servitisation numérique déclenche un certain nombre de questions juridiques liées à la



© Michael De Lausnay



© Sirris

propriété des données collectées à partir du produit et à la confidentialité d'une part ainsi que la nécessité de proposer des contrats de service clairs aux clients d'autre part ».

Sirris, le centre collectif de l'industrie technologique, propose, parmi ses services, un accompagnement des entreprises qui souhaitent se lancer dans une réflexion sur la servitisation numérique. Le centre de recherche propose des ateliers collectifs pour appréhender le concept, les aspects technologiques et commerciaux ainsi qu'un suivi individuel, la réalisation d'études de faisabilité, de prototypes, etc...

SIRRIS

Boulevard A. Reyers, 80 à 1030 Bruxelles
Tél. : 0494/03.27.47 – mathias.verbeke@sirris.be
www.sirris.be

LIFELINE: un bracelet qui va sauver des vies

LifeLine se prépare à commercialiser le premier bracelet portable contenant un émetteur satellite capable d'envoyer un message SOS dans des zones non couvertes par la téléphonie mobile. Conçu pour les athlètes et aventuriers pratiquant leur passion en zones reculées, il offrira un ensemble de services visant la sécurité.

L'idée est née à la suite d'une mésaventure vécue par un des deux fondateurs en 2015. Hadrien Dorchy est en vacances au Cap-Vert et perd l'aileron de sa planche à voile à 2 km des côtes, le courant l'empêche de revenir vers la plage et personne ne s'inquiète de ne pas le voir revenir. La nuit tombée, le sportif imagine déjà le pire, mais heureusement, un bateau sorti pour une plongée de nuit lui sauve la vie. C'est dans le cadre d'un LL.M (section business) à UCLA aux USA qu'Hadrien Dorchy présentera un projet de start-up visant le développement d'un bracelet capable d'émettre un signal d'alerte satellite de n'importe où sur la planète.

COMMERCIALISATION PRÉVUE À LA RENTRÉE 2021, MAIS DÉJÀ UNE V2 EN VUE

Aujourd'hui, la société qu'Hadrien Dorchy a fondée avec Antonin Rovai, Docteur en physique mathématique, a levé plus d'un demi-million d'euros (hors subventions) et vient de recevoir son nouveau prototype encapsulé par Sirris. De nombreux tests et développements sont encore prévus et la commercialisation est planifiée pour la rentrée 2021. « Le bracelet devrait être disponible à partir de 300 € et 2 formules d'abonnements seront proposées grâce à une appli couplée au bracelet. Un système de tarification par message de détresse envoyé de type prépayé et un abonnement annuel comprenant la coordination des secours et une assurance » explique Hadrien Dorchy.



Le bracelet LifeLine devrait être commercialisé à la rentrée 2021



Hadrien Dorchy,
fondateur de la startup
LifeLine

Pour sa seconde version, les créateurs imaginent déjà le développement du bracelet et de l'appli pour offrir une série de services complémentaires liés à la sécurité (planification du meilleur itinéraire, météo, vents, ...) et un capteur qui permettrait au bracelet de donner lui-même l'alerte dans certaines conditions qu'il jugerait anormales.

LIFELINE

Tél. : 0485/504.502 - hadrien@lifelinesat.com

EUROSIGN: des panneaux routiers connectés

Fabricant de panneaux de signalisation depuis plus de 30 ans, la société EuroSign de Fernelmont propose une production standard et sur-mesure et des délais extrêmement rapides. Elle développe actuellement un projet de signalisation routière intelligente qui pourrait révolutionner le marché.

C'est pour développer des produits spécifiques à l'export qu'Olivier Clarinval, l'Administrateur délégué d'EuroSign prend contact avec Sirris. Rapidement, les experts du centre de recherche lui suggèrent de développer un produit plus innovant. Pourquoi ne pas développer un panneau en plastique ? « Je n'ai pas été convaincu immédiatement, mais en analysant les avantages du produit, je me suis rendu compte que ce panneau serait plus résistant grâce à la mémoire de forme et moins sujet aux vols que l'aluminium actuellement utilisé. Mais Sirris trouvait qu'on pouvait faire mieux et a proposé de développer un panneau capable de communiquer... » raconte Olivier Clarinval.

Le projet SmartSign comporte plusieurs atouts : le panneau en plastique recyclé et recyclable est plus durable et en plus il communique aux véhicules communaux qui circulent à proximité (véhicules de patrouille, camions poubelles, ...) les anomalies qu'il a détectées (choc, mauvaise orientation, ...). Les informations, recueillies à bas coût grâce à un réseau propre, permettent de programmer la réparation ou le renouvellement des panneaux.

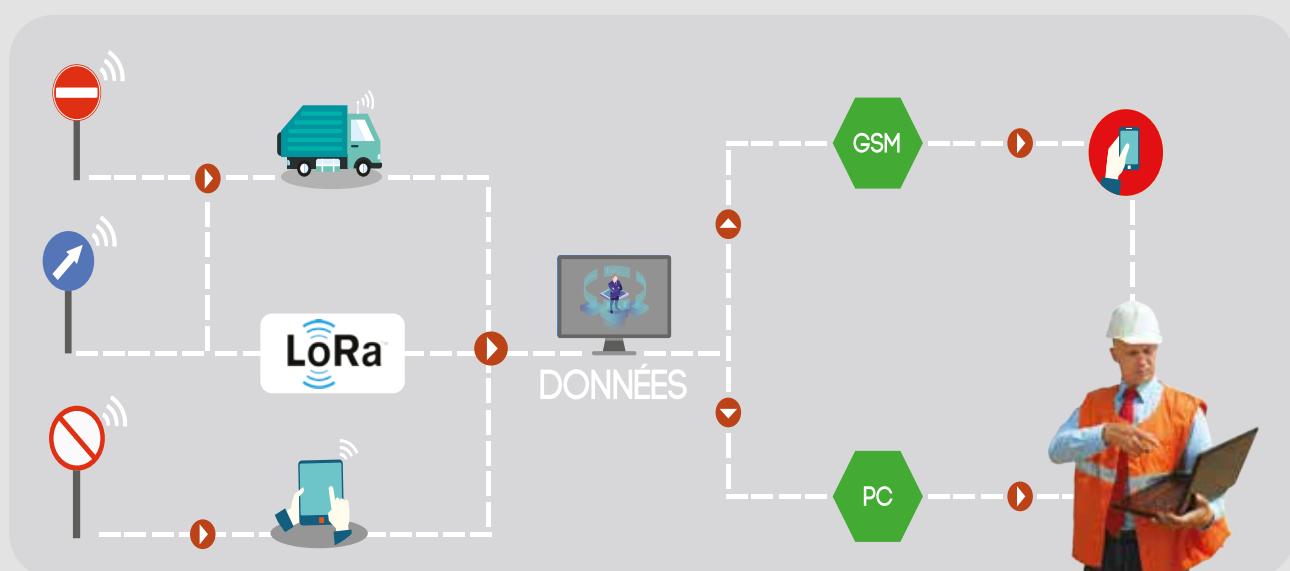
PLUS QU'UNE INNOVATION TECHNOLOGIQUE, UN BUSINESS MODEL

En plus des innovations techniques développées, l'originalité du projet repose également sur son business model. EuroSign propose un service d'entretien sous forme de leasing qui permet aux gestionnaires de voiries de ne plus devoir s'occuper de l'achat, de la réparation et du remplacement des panneaux et de pouvoir compter sur un budget fixe.



EuroSign propose un service d'entretien sous forme de leasing qui permet aux gestionnaires de voiries de ne plus devoir s'occuper de l'achat, de la réparation et du remplacement des panneaux.

« l'élaboration de ce projet avec les centres de recherche, Sirris et Multitel. Les possibilités d'applications sont tellement vastes qu'il faut un peu se canaliser, mais c'est extrêmement riche » se réjouit Olivier Clarinval.



Actuellement, le logiciel est fonctionnel et des prototypes sont en test sur des routes de Fernelmont. La commercialisation est prévue pour juin 2021 et une série de développements connexes du boîtier de communication sont déjà évoqués (mesures supplémentaires telles que la qualité de l'air, communication avec de futures véhicules autonomes, ...) « J'ai énormément appris sur le plastique et sur l'informatique dans le cadre de

EUROSIGN:

Z.I. de Noville-les-Bois
Rue Ernest Montellier, 20 à 5380 Fernelmont
Tél.: 081/22.50.16 - info@euro-sign.be
www.euro-sign.be

Lenovo Partner
of the Year
2020-2021

CELEM VOUS ACCOMPAGNE !

Notre expérience de plus de 35 ans nous permet d'étudier la faisabilité du projet.

Grâce à une équipe composée de près de 35 collaborateurs compétents, nous construisons avec vous les solutions qui vous correspondent.

**CELEM dispose de tout le matériel
et des ressources compétentes pour vous y aider.**



INFRASTRUCTURE

SÉCURITÉ, COMMUNICATION, SURVEILLANCE

Votre infrastructure informatique est le socle de l'échange, du partage et de la sécurisation de vos données. Grâce au développement de partenariats privilégiés, CELEM dispose des plus hauts niveaux de certification pour vous offrir les meilleures solutions et un service professionnel.



NOTEBOOKS LENOVO



+ DE 350 PIÈCES DE STOCK

disponibles immédiatement, de l'ultra-portable à la station de travail 17". Équipés de Windows 10 pro et configurables selon vos besoins.

ORDINATEURS DE BUREAU ET STATIONS DE TRAVAIL



LENOVO OU CELEM SUR MESURE

en Small Form Factor en tour ou en rack 19' nous disposons de près de 500 pièces pour vous servir rapidement ainsi que des modèles industriels.

ORDINATEUR ALL-IN-ONE



Le Lenovo TINY-IN-ONE

Votre PC intégré dans l'écran LCD design et de faible encombrement disponible en 22, 24 et 27".

RESTEZ JOIGNABLE



TÉLÉPHONIE ET 3CX

Des solutions éprouvées permettant de dévier votre numéro fixe professionnel vers votre smartphone ou votre PC à la maison, le système offre également une solution de vidéoconférence.



INFOS ET
CONTACTS

tél : +32 4 367 64 34 | sales@celem.be | www.celem.be



VIDÉOCONFÉRENCE

Une solution basée sur le Logitech Rally qui, associée à la gamme d'afficheurs Philips, vous permet de mener vos conférences comme **dans une véritable salle de réunion**.



SÉCURITÉ ET HYGIÈNE

Claviers, souris, ordinateurs **all-in-one** médicalisés que vous pourrez désinfecter aussi souvent que nécessaire **pour la sécurité et l'hygiène des personnes exposées** !



CONFORT DE VISUALISATION

Une **gamme d'écrans** permettant un confort de visualisation pour augmenter l'efficacité des télétravailleurs équipés ou non de Webcams.

CELEM, EST À
VOTRE SERVICE !



BESOIN D'UNE ASSISTANCE TECHNIQUE ?

Une équipe de plus de 10 ingénieurs et techniciens disponibles pour réaliser **les installations et configurations de vos systèmes informatiques et de téléphonie**.

UNE QUESTION ? BESOIN D'UN CONSEIL ?

Notre équipe commerciale est à votre disposition pour vous **conseiller afin de trouver la solution** qui vous convient selon votre budget, compte tenu du ralentissement de votre activité.



CELEM Health est la division spécifiquement dédiée à l'informatisation des établissements de soins de santé, elle dispose de nombreuses références tant en Belgique, qu'à l'étranger.

Une équipe à votre service

Son principal intérêt est de proposer les solutions adaptées aux besoins du personnel infirmier et en phase avec le **DPI** (**dossier patient informatisé**).

Les différentes solutions proposées, comme les chariots informatisés ou les tablettes médicales permettent à votre

personnel d'avoir accès à l'informatique indépendamment de l'endroit où il se trouve.

Récemment, la division CELEM Health a élargi son offre avec les panels PCs pour salle d'opération ainsi que les écrans d'imagerie médicale.

[Nicolas Lambert (Fairtrade Belgium)]

COMMERCE ÉQUITABLE contre pauvreté

Développer le commerce équitable au travers d'une vraie collaboration entre producteurs du Sud et consommateurs du Nord, c'est la mission que s'est fixée l'association Fairtrade Belgium. Essentiellement importés, les produits labélisés "fairtrade" affichent-ils nécessairement une empreinte carbone plus élevée ? Entrent-ils en concurrence avec nos producteurs locaux ? Leur prix, réputé plus élevé, constitue-t-il un frein pour le client final ? Les réponses de Nicolas Lambert, Directeur de Fairtrade Belgium.

ALAIN BRAIBANT

► On connaît bien le concept de commerce équitable, on connaît moins bien l'organisation Fairtrade Belgium...

N.L.: « Depuis 2014, Fairtrade Belgium est le nouveau nom de l'association Max Havelaar, créée en 1989 afin de promouvoir un commerce plus équitable au niveau mondial. Notre statut est celui d'une ONG nationale dont l'objectif est la justice sociale à travers le commerce. Nous occupons 18 personnes, tant francophones que néerlandophones. Fairtrade Belgium fait partie de Fairtrade International qui regroupe aujourd'hui 35 pays membres, parmi lesquels les USA, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la Corée du Sud, le Japon, plusieurs états d'Europe occidentale ainsi que la Pologne et la République tchèque. Trois pays, la France notamment, ont conservé le nom Max Havelaar. »

Un commerce de huit milliards d'euros

► Et cela fonctionne bien ?

N.L.: « Le volume du commerce généré par Fairtrade International représente un chiffre d'affaires annuel de 8 milliards €, dont 220 millions € en Belgique.

Je précise que nous ne vendons rien, nous ne sommes pas des importateurs. Notre rôle est de susciter une demande accrue pour les produits issus du commerce équitable. Au niveau financier, nous sommes soutenus par le Ministère de la Coopération au Développement mais l'essentiel de nos revenus provient des droits de licence que nous percevons pour l'octroi du label "commerce équitable". »

► En quoi cela consiste-t-il ?

N.L.: « Pour obtenir ce label, il faut respecter les standards établis par Fairtrade International et vérifiés chaque année par un organisme de contrôle indépendant : payer le juste prix aux producteurs locaux, se plier à des règles écologiques dans le processus de production, respecter des règles sociales, notamment en ce qui concerne le travail des enfants, et pratiquer une bonne gouvernance au sein des coopératives de production. Les importateurs doivent aussi préfinancer les frais de production et de transport des marchandises. »

► Quelle est la mission exacte de Fairtrade Belgium ?

N.L.: « Le rôle de Fairtrade Belgium est principalement un travail de sensibilisation : auprès des distributeurs, grands ou petits, des consommateurs, auprès de l'industrie alimentaire et auprès du monde politique.

Nous avons, par exemple, très bien collaboré avec Alexander De Croo quand il était le ministre responsable de la Coopération au Développement. Il s'est battu, notamment, pour un chocolat belge plus durable. Je dois dire, d'ailleurs, qu'en général, les réactions de nos interlocuteurs sont positives car les valeurs que nous défendons sont des valeurs universelles. En outre, nous nous efforçons de collaborer avec eux à travers un dialogue constructif. »

► Comment cela se passe-t-il concrètement ?

N.L.: « Fairtrade est basé sur deux principes fondamentaux : le juste prix et une prime fairtrade. Le prix minimum offre une sécurité économique aux communautés de producteurs, même quand les prix baissent sur le marché international. La prime fairtrade est un montant supplémentaire

Max Havelaar est le titre d'un roman en néerlandais, écrit à Bruxelles en 1859 et publié à Amsterdam en 1860. Son auteur, Eduard Douwes Dekker, y dénonce, sous le pseudonyme de Multatuli, l'oppression et l'exploitation des populations indigènes à Java, dans les Indes néerlandaises.

au prix minimum garanti qui doit être investi dans la formation pour la production durable, la lutte contre les changements climatiques, la construction d'écoles, d'hôpitaux... »

Des produits pas si chers que ça !

► Est-ce que les prix ne sont pas un frein au commerce équitable ?

N.L.: « Il est vrai que les conditions imposées pour l'obtention du label "commerce équitable" ont une influence sur les prix, mais plusieurs études ont démontré que les consommateurs surévaluent le coût des produits issus du commerce équitable. Ceux-ci sont, en effet, un peu plus chers mais la différence avec les produits traditionnels n'est pas aussi grande qu'on l'imagine. Une de nos missions est précisément d'assurer une bonne communication à ce sujet. Ceci dit, il est évident que la plupart des intermédiaires agissent par conviction, je pense à Oxfam, par exemple. Il y a sans doute parfois une part d'opportunisme dans la mesure où les mentalités et les habitudes des consommateurs ont changé ces dernières années. Notre label peut devenir pour certains un argument de vente. Mais qu'importe ! Ce



Nicolas Lambert est Directeur de Fairtrade Belgium depuis 2016.

“ Notre responsabilité, ici dans le Nord, est énorme ! Nous devons en prendre conscience.



sont des produits de qualité et ce qui compte, c'est d'augmenter les parts de marché du commerce équitable et d'améliorer le sort des populations. Il y a 800 millions de personnes qui vivent sous le seuil de pauvreté dans le monde. Les trois quarts d'entre eux sont des agriculteurs des pays du Sud qui cultivent notre nourriture. Notre responsabilité, ici dans le Nord, est énorme ! Nous devons en prendre conscience. »

Et l'empreinte carbone ?

► Autre obstacle, peut-être : le transport sur longue distance n'a plus vraiment la cote...

N.L.: « La plupart des produits sont importés, en effet, de pays lointains. Le café, qui est le produit le plus vendu, était cultivé à l'origine en Ethiopie et il a été répandu en Europe par les Turcs qui ont occupé pendant plusieurs siècles une grande partie du sud-est du continent européen. On peut trouver très peu écologique l'importation de cette marchandise mais on ne cultive pas le café chez nous. C'est le cas aussi pour les bananes, le second produit en importance après le café. En fait, il faut savoir, contrairement à ce que beaucoup pensent, que l'empreinte carbone dépend beaucoup plus des modes de production que du transport, d'autant plus que 90 % des marchandises importées arrivent par bateau. On a vu aussi plus haut que les producteurs locaux devaient respecter des règles écologiques strictes et qu'ils étaient formés à ce mode de production. »

« Fairtrade at work »

► Et puis, ces pays ont besoin d'exporter leur production.

N.L.: « Tout à fait. Il n'est pas possible de renoncer à tous les échanges internationaux. Les produits labellisés par Fairtrade proviennent la plupart du temps de pays où la situation sociale et économique n'est pas florissante. Acheter dans ces pays, c'est aussi une manière de les soutenir et cela me semble indispensable. Je salue à ce propos les entreprises qui participent à l'opération "fairtrade at work" en proposant à leurs employés du café issu du commerce équitable. »

► Et quelle est l'attitude des gouvernements locaux ?

N.L.: « La plupart du temps, les gouvernements locaux collaborent avec Fairtrade International. Ils considèrent souvent que c'est leur intérêt. Il y a actuellement 1.200 organisations de producteurs représentant 1,5 million de personnes dans 74 pays. Nous sommes clairement dans une mouvance Nord-Sud. »



© Guillermo Granja



© CLAC

► Outre le café et les bananes, quels sont les principaux produits proposés dans le cadre du commerce équitable ?

N.L.: « Les principaux produits importés de ces pays sont, pour 70 %, le café, les bananes et le chocolat mais on trouve aussi, entre autres, du sucre de canne, du miel, du coton et... des roses, produites essentiellement en Afrique de l'Est. A ce sujet, justement, pour revenir sur la question écologique, ces roses, qui arrivent en Europe via les Pays-Bas, ont une empreinte carbone inférieure à celles cultivées dans nos régions ! »

Une gouvernance mondiale... équitable

► N'y-a-t-il pas, dans la démarche de Fairtrade un certain côté paternaliste des anciens pays colonisateurs ?

N.L.: « Pas du tout, au contraire. Fairtrade International est géré par une gouvernance mondiale et dans ses instances, il y a autant de représentants des organisations locales de producteurs que des pays membres. Ce n'est donc pas du tout du paternalisme, c'est une vraie collaboration entre les producteurs du Sud et les consommateurs du Nord. »

► La relocalisation, les circuits courts, le juste prix pour les producteurs européens sont devenus des concepts en vogue, plus encore depuis la crise sanitaire. Ce n'est pas une concurrence pour Fairtrade ?

N.L.: « Les logiques ne s'opposent pas car elles relèvent de la même philosophie, à savoir payer au producteur le juste prix. Les deux sont complémentaires. Je le répète, la plupart des produits issus du commerce équitable, à part peut-être le miel et le vin, ne sont pas présents dans les pays consommateurs. Une certaine relocalisation, quand elle est possible et justifiée, peut être une bonne démarche, à condition de respecter le développement durable mais elle ne doit pas devenir un nouveau dogme qui pénaliserait les pays du Sud. »



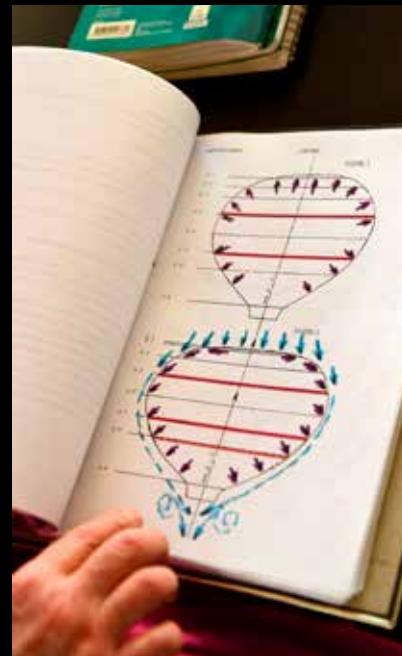
BALLONS LIBERT : LE DERNIER DES MOHICANS...

S.HEFFINCK

Patrick Libert est intarissable lorsqu'il évoque ses montgolfières... Amoureux de ces aéronefs qui progressent majestueusement au milieu des nuages, il a voulu les fabriquer de ses mains... Il est particulièrement fier de cette somptueuse réplique du moyen de transport favori des frères Montgolfier !

Avant Patrick, ce sont ses parents qui ont ouvert la voie : Leona Petit, professeur de couture et Jules Libert, dessinateur industriel chez Henricot.

« Je suis né au milieu des ballons à réparer, sourit-il. On a commencé comme cela. Et, avant de réaliser leur première montgolfière, nous avions acquis une expérience dans les structures gonflables commandées par des sociétés publicitaires ».





Aujourd'hui, Ballons Libert est toujours active dans l'ensemble de ces créneaux : fabrication de structures gonflables, réparation et réalisation de montgolfières. La société analyse les souhaits de ses clients et conçoit l'ensemble de la montgolfière dont elle réalise l'enveloppe en ses ateliers, puis elle assemble le produit fini avec câbles, nacelle, brûleur... L'entreprise fait partie de la toute petite poignée de fabricants de ces conquérants du ciel que compte encore le monde : 14 seulement, dont 7 en Europe... En Belgique, Ballons Libert est le dernier des Mohicans.



Le tissu de l'enveloppe est en nylon traité pour l'usage spécifique qu'il en sera fait, avec un enduit en polyuréthane et silicone. « Il doit supporter les UV, les différences de température extérieure/intérieure, la température élevée à l'intérieur, avec l'action de la flamme. Dans la partie supérieure, elle avoisine les 100° ! »

Seules 3 sociétés en Europe produisent ce tissu. Ballons Libert s'approvisionne auprès de 2 d'entre elles, situées en Angleterre et en Autriche.

Les tissus sont conservés à l'abri de la lumière, dans une pièce munie d'un thermostat : la température doit y demeurer constante...



Le temps d'approvisionnement est long et la société est contrainte de passer commande pour des quantités allant de 200 à 500 mètres de tissu par couleur ! « Et tout ne fait qu'augmenter, se désole Patrick Libert : le tissu, les coûts du propane et d'assurance... Chaque rouleau de tissu, par exemple, doit passer par un laboratoire d'analyse pour recevoir son certificat de conformité : cela entraîne déjà 20 à 30% d'augmentation de prix... En tout, pour ce seul matériau, cela se chiffre même à 75% de hausse de prix, entre 1998 et 2020 ! ».

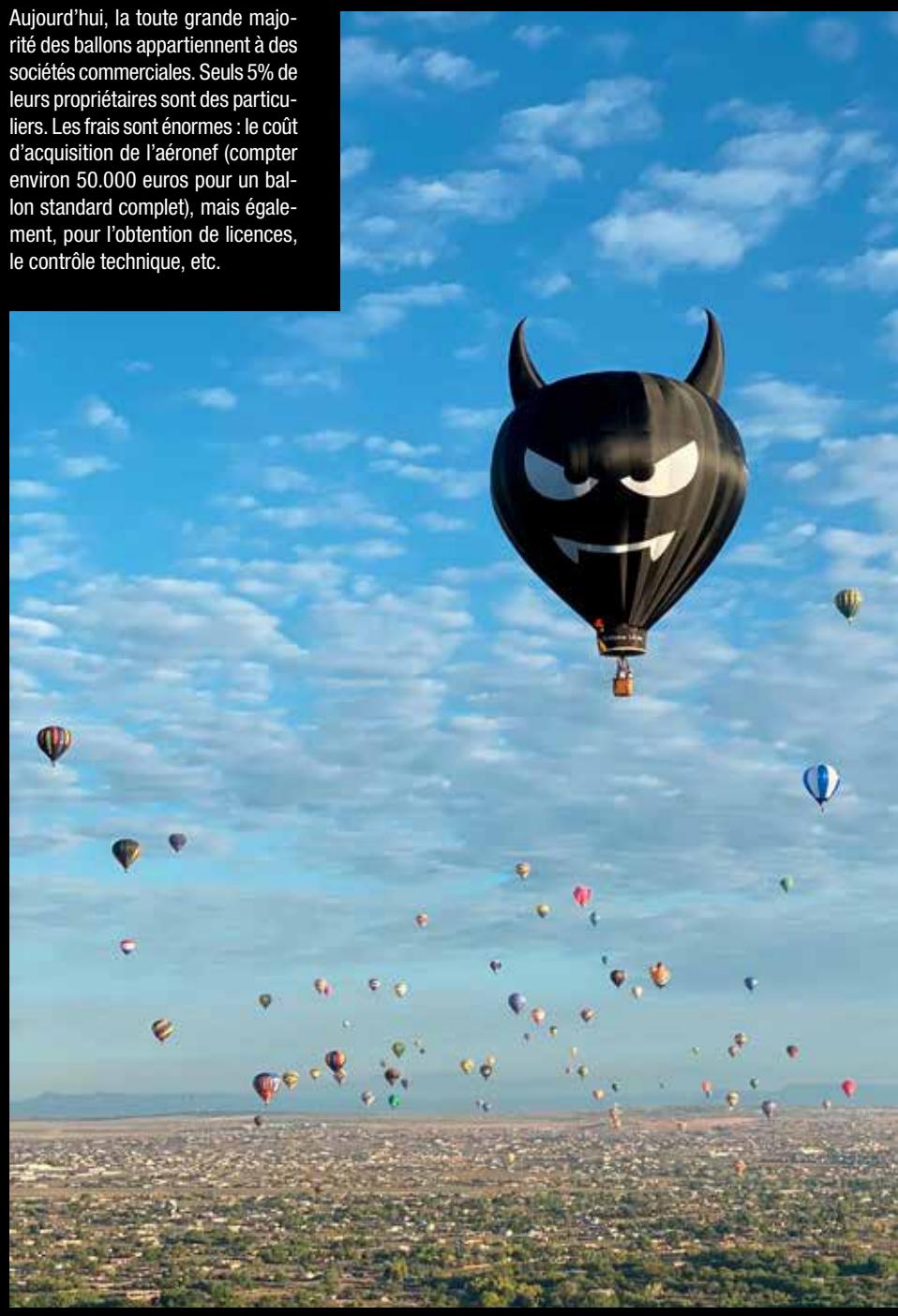




Aujourd'hui, la toute grande majorité des ballons appartiennent à des sociétés commerciales. Seuls 5% de leurs propriétaires sont des particuliers. Les frais sont énormes : le coût d'acquisition de l'aéronef (compter environ 50.000 euros pour un ballon standard complet), mais également, pour l'obtention de licences, le contrôle technique, etc.

Les montgolfières peuvent se présenter sous 3 formes différentes : alors que celles qui, telles de grosses citrouilles, avec un relief « côtelé », sont généralement prisées par les particuliers, les aéronefs plats et lisses offrent une surface idéale pour les inscriptions publicitaires. Quant aux ballons de compétition, leur profil aérodynamique, en forme de goutte, leur permet de monter et descendre plus rapidement.

Les conditions de vol des ballons sont très strictes : peu de vent, pas de pluie et une température qui n'excédera pas les 24°.



Chaque phase de la production de ballon est soigneusement contrôlée : tout est consigné dans un dossier ultra-complet car la traçabilité doit être parfaite.

La durée de vie d'un ballon bien entretenu est de 500 heures de vol car son tissu devient ensuite trop poreux. Sa maintenance se fait tous les ans ou toutes les 100 heures de vol. Chacun est doté d'une immatriculation bien visible sur l'enveloppe, commençant par « OOB » (pour la Belgique), suivi de 2 autres lettres.

L'enveloppe de l'aéronef, constituée de 48 fuseaux, exige quelque 800 à 1000 mètres linéaires de tissu.





▲
Ce ballon, d'une centaine de kilos, se range comme un sac de couchage, sans pliage particulier ainsi que le nécessite un parachute par exemple.

Entre 2 enveloppes de forme et tailles identiques, en raison de grammages de tissus qui peuvent varier, la différence de poids est de quelques grammes... voire même jusqu'à 25 kilos, dans le cas de marquages publicitaires par exemple...

Une fois les morceaux de tissus placés les uns sur les autres, Patrick Liberty y appose le patron, maintenu par des poids, avant d'actionner sa « découpeuse ».



Il se mettra ensuite au travail, avec une machine à coudre très spécifique qui actionne 2 aiguilles simultanément.



BALLONS LIBERT

Chée de Bruxelles, 12 à 1490 Court-Saint-Etienne
Tél. 010/61.25.15 - www.ballonslibert.be

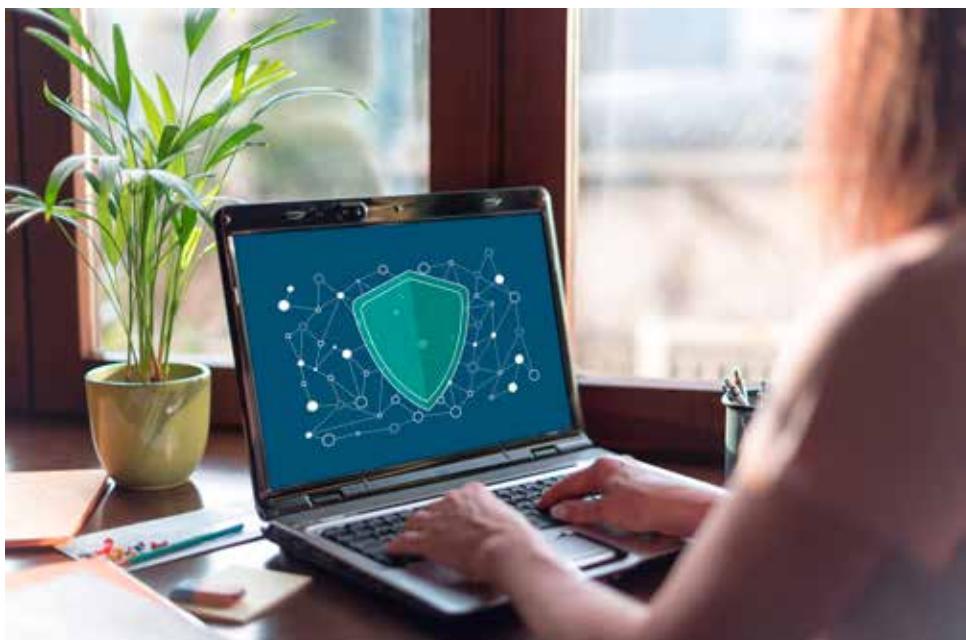
Télétravailler en toute (cyber)sécurité : faites le test!

On le sait, télétravail et cybersécurité ne font pas toujours bon ménage. L'UWE l'a encore rappelé récemment : si la crise de la Covid-19 a accéléré de façon importante la digitalisation des entreprises wallonnes, elle les a aussi rendues plus que jamais dépendantes des pratiques et des infrastructures numériques. Ainsi, la continuité économique salutaire permise par le télétravail s'est malheureusement également accompagnée d'une recrudescence des cyberattaques et a mis en lumière la nécessité d'accompagner les dirigeants d'entreprises et les collaborateurs dans ces nouvelles façons de travailler à distance.

LISA LOMBARDI

Les sources de vulnérabilité sont multiples : les entreprises ont, par exemple, moins de contrôle sur les connexions wifi utilisées à domicile, ou encore les outils numériques de travail à distance. Et les chiffres sont là : plus d'un Belge sur trois a été victime de hameçonnage au mois de mars dernier (*source : L'Echo*). Plusieurs experts ont tiré la sonnette d'alarme sur un risque de cyberpandémie mondiale pouvant mener à de nombreux blocages économiques et des pertes financières à la clé pour les entreprises touchées. On estime ainsi que le coût d'une seule journée sans internet serait de 50 milliards de dollars...

C'est dans l'objectif d'aider les entreprises wallonnes à être conscientes de ces menaces de cybersécurité que l'UWE a décidé de s'impliquer et de soutenir dès sa création la Belgian Cybersecurity Coalition www.cybersecuritycoalition.be/fr/, une plate-forme réunissant les compétences et l'expertise de plus de 80 acteurs du monde académique, du secteur privé et des pouvoirs publics avec pour mission de renforcer la résilience de la cybersécurité en Belgique en construisant un écosystème solide au niveau national et en menant des actions de sensibilisation. Pour aller plus loin, en Wallonie, des dispositifs existent pour accompagner les entreprises de



©thodonal - stock.adobe.com

Faites le test de la Belgian Cybersecurity Coalition et mettez vos collègues au défi !

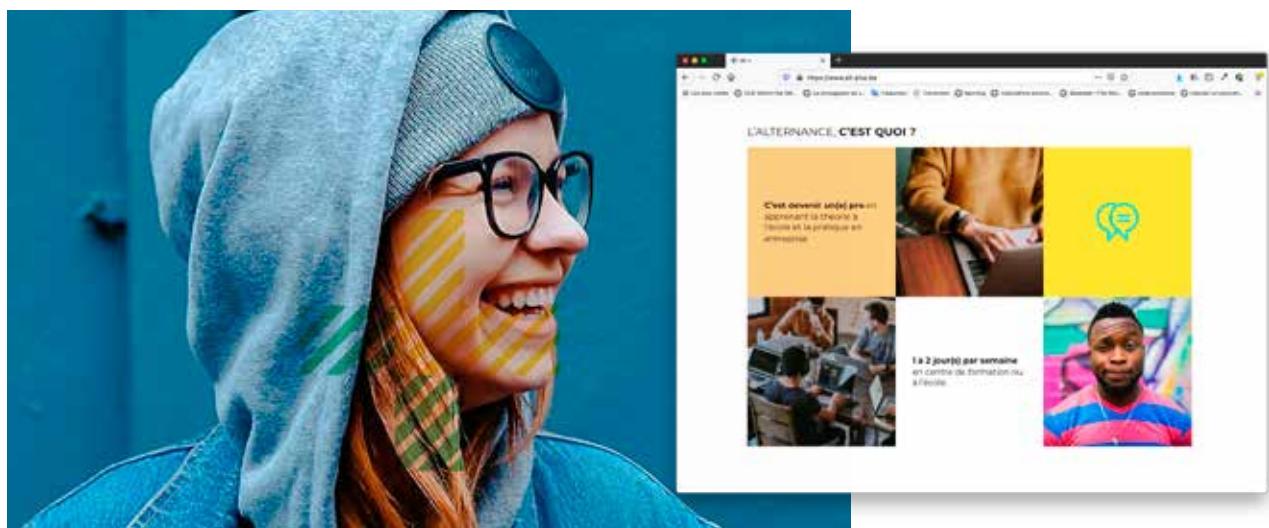
façon plus poussée, notamment les chèques cybersécurité www.cheques-entreprises.be/cheques/cybersecurite/ mis en place dans le cadre des chèques entreprises. Ces derniers permettent de se faire aider par un spécialiste pour réaliser un audit ou un diagnostic portant sur la situation de son entreprise en termes de cybersécurité. Ce consultant, ou un autre, pourra ensuite prendre le relais pour mettre en

place les actions préconisées dans le cadre de l'audit ou du diagnostic cybersécurité. Le taux d'intervention publique est de 75 % pour un montant maximal de 60.000 € htva/3 ans.

« ALT+ » : une nouvelle marque pour l'Alternance

L'Office Francophone de la Formation en Alternance (OFFA) et les Ministres wallons et bruxellois qui le chapeautent ont lancé une campagne de promotion de l'Alternance auprès des jeunes et du grand public, intitulée « ALT+ ».

THIERRY DECLOUX, UWE



©www.alt-plus.be

Porteuse de nombreux débouchés, l'alternance combine les cours théoriques en centre de formation ou à l'école à la pratique en entreprise. Et face à la crise sanitaire, plusieurs secteurs font face à un important besoin de main-d'œuvre qui pourrait être formée en alternance. A travers cette nouvelle marque – « ALT+ » (« ALT » pour Alternance et « + » pour tous les éléments positifs que rencontre l'alternance : plus de chances, plus de réussite, plus de pratique, plus de concret...) –, l'OFFA et ses partenaires entendent promouvoir la formation et l'enseignement en alternance comme une méthodologie d'apprentissage différente pour apprendre un métier. Ils veulent ainsi donner à

l'alternance la place qu'elle mérite en Belgique francophone et augmenter ainsi les chances des jeunes, et moins jeunes, d'apprendre un métier et de décrocher un emploi.

Pour atteindre son principal objectif, qui est de faire de l'alternance une priorité et d'augmenter sa notoriété, « ALT+ » vise d'abord à convaincre les jeunes dès l'âge de 15 ans pour cette rentrée académique, tandis qu'en 2021, une campagne ciblera plus spécifiquement les adultes dans le but de les encourager à faire le choix d'une formation en alternance.

Ce projet est né à l'initiative de l'OFFA qui réunit l'ensemble des opérateurs de l'alternance en Belgique francophone : les CEFA, l'IFAPME et le SFPME. La campagne est soutenue par les

Ministres Caroline Désir (Ministre de l'Enseignement en Fédération Wallonie-Bruxelles), Christie Morreale (Vice-Présidente du Gouvernement wallon et Ministre de la Formation), Willy Borsus (Vice-Président du Gouvernement wallon et Ministre de l'IFAPME) et Bernard Clerfayt (Ministre bruxellois de l'Emploi et de la Formation professionnelle).

Plus d'infos sur
www.alt-plus.be

Une information relayée sur :
www.uwe.be

KARL HUGO

MECHANICAL
ENGINEERING



**Innovation
Excellence
Flexibilité**



**INGÉNIERIE
MÉCANIQUE**



USINAGE

- + Alésage
- + Fraisage
- + Tournage vertical
- + Tournage horizontal



SOUDURE

- + Manuelle
- + Robotisée



FINITION

- + Assemblage
- + Intégration sur site

www.dgagent-creative.com

www.karlhugo.com

Startup Vie, un nouveau média centré sur les startups belges

Trente fondateurs d'entreprises parmi lesquels Efarmz, Bsit, Cowboy, Listminut, lanceront début 2021 Startup Vie, un média centré sur les startups belges afin de raconter leur aventure, d'accompagner la montée en puissance de l'écosystème startups et d'aider à diversifier le profil type de l'entrepreneur puisqu'en Europe 82,5 % des fondateurs de startups sont des hommes blancs, de 35 ans en moyenne. Objectif de ce média ? Aller à la rencontre de l'écosystème tech belge pour mettre en avant des projets innovants, montrer les coulisses des levées de fonds comme des lancements de produits et faire rayonner les startups à l'international. Plus d'infos : thierry@startupvie.co - www.startupvie.co

Google, Apple et Microsoft: les sociétés les plus attractives en tant qu'employeur

Les étudiants entrant sur le marché du travail sont à la fois sensibles à la sécurité financière, à l'innovation et à la perspective de futurs revenus élevés lorsqu'il s'agit d'évaluer un employeur potentiel. C'est ce que montre le classement des employeurs les plus attractifs au monde établi par Universum, leader international en marque employeur. Selon les étudiants interrogés – (235.273 étudiants en business, ingénierie et IT, originaires des 12 plus grandes économies du monde), Google, Apple et Microsoft sont les sociétés les plus attractives en tant qu'employeur. Alors que les carrières dans les services professionnels, le secteur bancaire et le conseil stratégique ont perdu de leur prestige et que l'intérêt pour les carrières en informatique, dans l'automobile et l'industrie (technologique...) a augmenté.

Offres d'emploi en baisse

Le Forem a diffusé 30.593 offres d'emploi en septembre 2020, soit une diminution de 5 % par rapport au mois de septembre 2019. Les secteurs d'activités qui connaissent les reculs les plus importants sont la fabrication de machines et d'équipements (-49 %), l'industrie chimique (-44 %), les activités financières (-41 %), l'immobilier, la location et les services aux entreprises (-34 %), la métallurgie (-34 %), les services collectifs, sociaux et personnels (-30 %), les industries agricoles et alimentaires (-28 %). Mais une hausse du nombre d'offres sur base annuelle dans l'administration publique (+ 46 %) ou encore dans l'éducation (+ 2 %).

34.000 tonnes de plastique ne sont pas recyclées chaque année

Si Valipac, centre de connaissances sur les déchets industriels, lance une campagne de sensibilisation pour familiariser les entreprises avec les avantages et le processus du tri c'est parce que quelque 25.000 entreprises belges ne trient toujours pas leurs films plastiques. Conséquence : 34.000 tonnes de plastique ne sont pas recyclées chaque année (même si 57.000 tonnes ont été collectées en 2019 sur les 100.000 tonnes d'emballages industriels en plastique mis chaque année sur le marché). Les taux de recyclage sont en revanche très élevés pour le carton, le métal et le bois. Plus d'infos : 02/456.83.10 - info@valipac.be - www.valipac.be - <https://jetriedansmonentreprise.be/>



Relation B2B: fini la loi du plus fort

Afin de faire connaître la nouvelle loi mettant fin aux pratiques de marché trompeuses, aux abus de dépendance économique ou à l'utilisation de clauses abusives dans les relations entre entreprises (B2B), le SPF Économie lance une campagne d'information en ligne à destination des indépendants et petites entreprises. Une campagne sous forme de messages sur les réseaux sociaux, d'une brochure intitulée *Fin la loi du plus fort! Pour une concurrence plus fair-play, désormais les plus petites entreprises peuvent faire le poids* et d'un site internet. Infos: <https://finilaloiduplusfort.be>

Payabl' : une révolution dans le monde de la paie

Partena Professional lance l'application *Payabl'* permettant aux travailleurs d'être payés quand ils le veulent et comme ils le veulent. Bref, un système fonctionnant sur base d'un acompte sur leur salaire, calculé à partir des prestations déjà fournies par les collaborateurs. Ce derniers peuvent dès lors adapter les modalités de versement de leur salaire avec cette nouvelle application.

Les coordonnées des médecins du travail externes sont mises en ligne

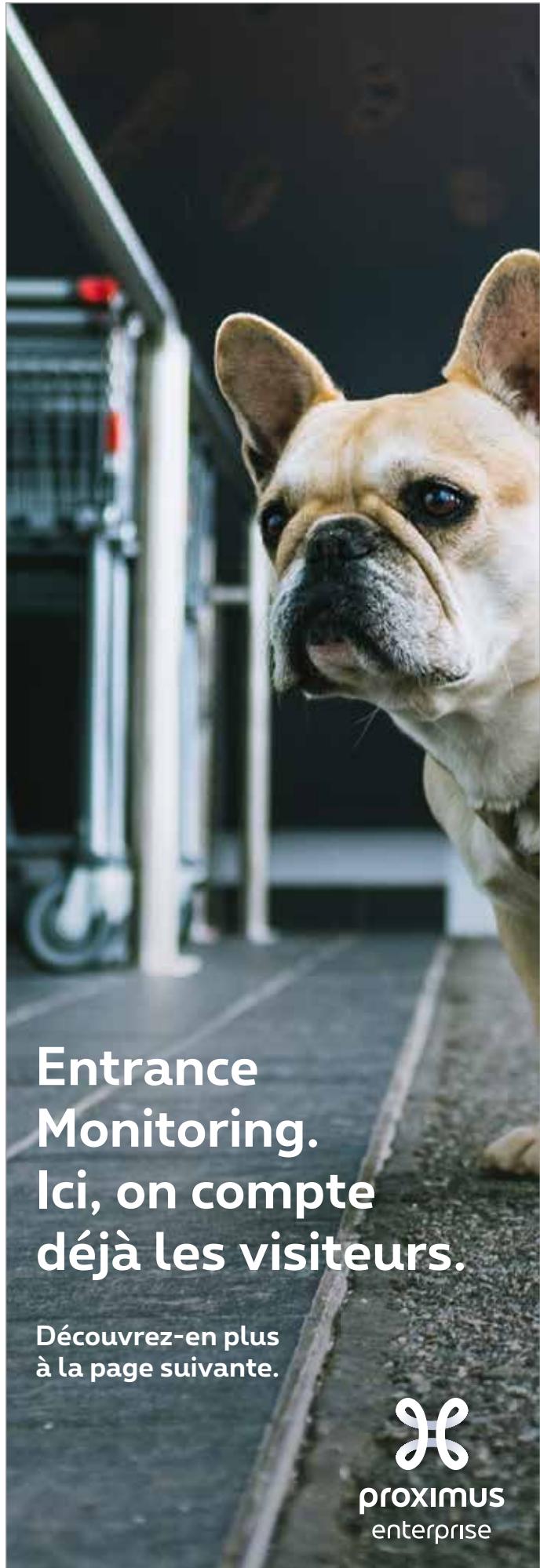
Le travailleur qui a un médecin du travail externe à son entreprise, peut désormais trouver ses coordonnées sur le portail www.masante.belgique.be afin de chercher de l'aide en cas de problèmes au travail. En plus du médecin du travail, les coordonnées du conseiller en prévention y sont également disponibles. Mais ce portail contient aussi le schéma de médication pour les personnes souffrant d'affections chroniques et est le lien vers le guichet numérique des mutualités.

Comparer ses données RH à celles d'autres entreprises

Comme une entreprise privée et publique belge sur cinq n'utilise pas du tout de données relatives aux ressources humaines, Securex lance poweHR reporting, un outil en ligne permettant aux employeurs d'analyser leurs données RH (coûts salariaux, absentéisme, évolution des absences, coûts connexes, nombre de travailleurs, avantages extralégaux...). L'outil permet de les comparer grâce à un benchmark à celles d'autres sociétés en fonction du secteur, de la région et de la taille.

Pour mieux appréhender les inégalités entre femmes et hommes

Le revenu personnel moyen des femmes âgées de 25 ans et plus équivaut, sur base des revenus de 2017, à 70 % de celui des hommes, selon l'IWEPS. En 2017, les femmes ont disposé en Wallonie d'un revenu personnel total moyen de 17.012 euros, tandis que les hommes ont pu compter sur 24.403 euros. Et l'IWEPS d'ajouter qu'il est observé depuis le début des années 2000 une diminution de l'écart entre le revenu des femmes et celui des hommes. Ainsi, alors qu'en début de période le revenu moyen des femmes n'atteignait que 60 % du revenu des hommes, en fin de période il atteint 70 %. Néanmoins, si l'écart se réduit, il reste, en soi, très important et n'évolue guère plus depuis 2009.



Entrance Monitoring. Ici, on compte déjà les visiteurs.

Découvrez-en plus à la page suivante.

proximus
enterprise



DEUX NOUVEAUTÉS, DE L'ÉCOLOGIE, DU SAIN ET DES CHIFFRES!

MX-30: électrique et écoresponsable

Les lettres MX ne sont pas sans rappeler celles apposées sur le roadster le plus vendu au monde depuis 1989: le MX5!

Selon ses concepteurs, le Mazda MX-30 conjugue modernité et humanité via une approche stylistique innovante dont des portes arrière à ouverture antagoniste qui oblige les sièges avant à coulisser afin de faciliter l'accès aux places postérieures. Tous les composants de l'habitacle résolument moderne et fonctionnel - liège de la console centrale, tissu recyclé, cuir artificiel, affichage tête haute, audio Bose à 12HP,... - interagissent pour offrir un espace propice à une totale sérénité. Long de 4,395 m, large de 1,795 m et haut de 1,555 m, il s'offre un coffre oscillant entre 366 et 1.171 litres. Bien doté, traction, basé sur le châssis du CX 30, le MX-30 inaugure une nouvelle technologie de propulsion électrique propre à Mazda baptisée « e-Skyactiv » : 145 ch, 140 km/h en pointe,



une consommation d'énergie de 19 kWh/100 km avec une batterie lithium-ion de 35,5 kWh garantie d'une autonomie de 265 km en ville. A la différence des autres véhicules électriques, il n'abrite pas de grosse batterie dans un souci d'économie d'énergie et de moindre pollution lors du recyclage. 9h30 sont exigées pour une recharge complète sur prise 220 W normale.

Original par l'absence de montant central et plaisant à vivre avec ses palettes au volant et sa très correcte insonorisation, cet SUV

est dispo avec teinte différente pour la carrosserie et le toit. Il s'assortit bien évidemment d'un système de prévention d'accident, d'une aide à l'identification de dangers potentiels et des traditionnelles aides à la conduite. Il sera à vous en échange de 33.490 euros.

JLR: DU PLASTIQUE DURABLE!

Les futurs modèles Jaguar et Land Rover comporteront des tapis de sol et des garnissages faits en fils ECONYL® produits à partir de déchets plastiques !

L'utilisation des fils ECONYL® en nylon réduit les émissions de la production de 90 % par rapport à l'utilisation d'un matériau produit à partir de pétrole.

Jaguar Land Rover s'oriente vers des matériaux responsables offrant la même sensation de luxe mais avec un impact environnemental réduit.

AMI: à deux!



Citroën lance son AMI dédiée à la mobilité urbaine. Avec ses 2,41 m sur 1,39 et 1,52 de mensuration, elle est 100 % électrique, embarque un conducteur et un passager dans un habitacle très lumineux mais sans coffre, pointe à 45 km/h, peut parcourir 75 km, se recharge en 3 heures et n'émet pas de CO2. Elle se personnalise à l'envi et son volant est accessible à partir de 14 ans... en France.

VOLVO: RESPIRER PURIFIÉ

Volvo Cars améliore la qualité de l'air à l'intérieur de ses voitures en y intégrant une technologie haut de gamme de filtration de l'air – une première mondiale – qui permet aux conducteurs de respirer un air propre et sain et de purifier l'air de l'habitacle avant de démarrer le moteur. La technologie Advanced Air Cleaner, unique sur le marché, dispose d'un capteur qui mesure les niveaux de petites particules en suspension dans l'air de l'habitacle.

FEBIAC: - 24 %

Les immatriculations (333.607) de véhicules neufs enregistraient à la fin septembre une chute de 24 % par rapport aux 9 premiers mois de 2019. Elles concernent 182.536 essence, 108.853 diesel, 9.305 électriques, 28.505 hybrides essence et 1.461 hybrides diesel. Les Citroën C3, VW Golf, Fiat 500, Mercedes Classe A et Renault Clio sont les plus plébiscitées.

BOB MONARD, Secrétaire Général de l'Union des Journalistes Belges de l'Automobile et de la Mobilité (UJBA)



L'IoT aide à lutter contre la COVID-19

Pour prévenir la propagation du coronavirus, le nombre de clients pouvant être présents simultanément dans un magasin est limité. Vous pouvez évidemment poster un « portier » à l'entrée pour compter manuellement les clients entrants et sortants. Ou alors utiliser une technologie intelligente, qui le fait de manière totalement automatique. Et ce n'est là qu'une des innombrables possibilités de l'Internet des Objets.

L'arrivée de l'Internet des Objets et de l'analyse de données

La gestion de votre commerce de détail devient beaucoup plus facile et plus efficace lorsque vous pouvez voir à distance, grâce à des capteurs, combien il vous reste de stock, quelle est la température dans votre installation réfrigérante et, une donnée essentielle en ce moment, s'il y a trop de clients présents simultanément dans votre point de vente, de sorte que les règles de distanciation ne sont pas respectées.

Tout cela (et bien plus encore) est possible grâce à l'Internet des Objets (IoT) et à l'analyse de données. Cette technologie a été spécialement développée pour équiper les objets de capteurs et les connecter à l'Internet.

L'IoT vous permet de surveiller en temps réel et régler tous vos objets intelligents à distance. Lorsque le parking est plein, il suffit d'ouvrir la barrière pour obtenir une surface de parking supplémentaire. Ou si vous avez une camionnette sur la route, vous pouvez utiliser les données de localisation pour demander au conducteur de prendre une commande supplémentaire sur son trajet. Les informations en temps réel vous permettent de prendre des décisions ciblées. L'IoT est de plus en plus utilisé pour accroître la sécurité, la rentabilité et la facilité d'utilisation par exemple.

N'y a-t-il pas trop de monde dans votre magasin ?

La lutte contre la COVID-19 a bouleversé notre façon de faire du shopping. Une occupation maximale est fixée par magasin, afin de maintenir la distance entre les clients. Mais c'est une tâche longue et fastidieuse que de compter les clients tout au long de la journée.

C'est pourquoi Proximus propose une solution IoT pour le contrôle d'accès (Entrance Monitoring). Des capteurs installés aux portes d'entrée comptent automatiquement le nombre de personnes qui entrent et sortent, de sorte que le commerçant sait exactement combien de personnes sont présentes à tout moment. Ce système rend le contrôle d'accès beaucoup plus facile et plus agréable.

Mais vous pouvez faire encore plus de choses avec ces informations. Le nombre de visiteurs peut être affiché sur un écran afin que les clients (en attente) sachent où ils en sont. Et le commerçant peut utiliser les données pour éviter les épisodes d'affluence ou attirer plus de clients pendant les moments creux.

Les avantages de l'IoT dans de nombreux secteurs

L'IoT joue un rôle important dans la digitalisation des entreprises de tous les secteurs. Il vous permet d'automatiser un nombre incroyable de processus et de rendre vos bâtiments plus intelligents. Vous pouvez par exemple adapter automatiquement la température ou la lumière aux facteurs environnementaux pour offrir plus de confort à l'utilisateur et réduire la consommation d'énergie. Ou bien surveiller votre chaîne logistique ou vos processus de production en temps réel. Grâce à des capteurs, vous pouvez

voir quand vos machines ont besoin d'être entretenues et même prévoir les problèmes éventuels...

Des 'petites choses' qui contribuent grandement à l'image de votre entreprise. Les clients apprécieront le service supplémentaire, la fiabilité, la sécurité... allant de pair. Pour les managers, ces informations sont inestimables car « mesurer, c'est savoir ». Elles leur permettent de mieux comprendre, contrôler et automatiser leurs activités.

Un investissement dans l'IoT est très vite amorti et la technologie s'installe rapidement et facilement.

La bonne application pour le bon usage

Les possibilités sont si nombreuses qu'il est recommandé de travailler avec un partenaire expérimenté pour mettre en œuvre votre projet IoT, afin que les solutions soient parfaitement adaptées aux activités et aux besoins spécifiques de l'organisation.

Proximus est ce partenaire. En sa qualité de leader dans le domaine de l'innovation, de l'IoT et de l'analyse de données, ce fournisseur ICT possède toute l'expertise nécessaire pour guider les entreprises dans leur transition numérique. C'est un partenaire pour tous vos projets télécom et IT de A à Z. Proximus propose non seulement les meilleurs réseaux (LoRa, NB-IoT, 5G...) et technologies, mais collabore également avec une vaste équipe de partenaires stratégiques, ce qui lui permet de vous garantir une solution de bout en bout adaptée aux besoins de votre entreprise.

Rendre votre point de vente plus intelligent ?

Découvrez comment lors de ThinkThings, en ligne le 19 novembre 2020.

Cet événement annuel autour de l'IoT, de l'analyse de données et de l'innovation vous propose d'éminents orateurs, des récits passionnants, des séances thématiques interactives avec questions-réponses et possibilités de réseautage.

Enregistrez-vous pour cette expérience digitale complète via www.proximus.be/ThinkThings





ARMACELL, une entreprise à la pointe de technologies d'excellence



Dans un monde où certaines matières premières se font de plus en plus rares, il est essentiel de revoir les modes de fabrication, de production et de consommation. Les industries se doivent d'innover tout en prenant en considération les enjeux climatiques de demain. La pollution par le plastique fait incontestablement partie des véritables fléaux pour notre planète. En effet, il suffit de constater qu'environ 16.000 bouteilles en plastique sont vendues chaque seconde dans le monde et moins de 50 % d'entre elles seront recyclées et seulement 7 % font partie des bouteilles dites PET (polyéthylène téréphthalate).

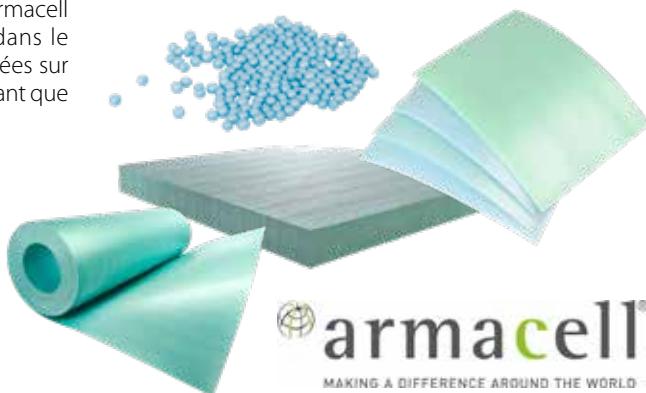
Foncièrement impliqué de ce monde qui se réinvente, le groupe international Armacell, spécialisé dans la fabrication de mousse flexibles et de mousse techniques, a su s'inscrire pleinement dans un système d'économie circulaire où finalement rien ne se jette, mais tout se transforme. Pionnier dans le domaine des technologies de transformation du PET, Armacell a su s'imposer comme leader dans le développement de solutions basées sur la fabrication de mousse PET en tant que matériau d'âme structurel

Une technologie écologique unique aux applications multiples.

La mousse à partir de PET recyclé offre de nombreuses applications dans divers secteurs d'activités tels que le sport pour la fabrication de planches de surf, les skis..., les domaines du transport (sous forme de panneaux pour réduire notamment le poids des véhicules et les rendre plus écologiques et économiques en termes d'énergie), de la construction, de la fabrication d'éoliennes... Le secteur éolien est l'un des secteurs les plus demandeurs de ce type de matériaux, car ils offrent une forte résistance, une longue durée de vie tout en restant légers. À ce jour, le groupe Armacell a déjà contribué à la réalisation de plus de

100.000 pales d'éolienne dans le monde. Fort de sa technologie et de son expertise, Armacell offre une véritable solution durable qui offre une liberté complète de design. Chaque jour, de nouvelles applications sont découvertes et la croissance de l'entreprise le prouve.

« Depuis quelques années, il y a une réelle



prise de conscience au sein des entreprises qui s'engagent de plus en plus dans le développement durable et qui cherchent des alternatives aux matériaux conventionnels qui pour certains sont peu écologiques. Notre produit nous permet d'apporter une solution unique à nos clients, car il offre de nombreuses libertés tant au niveau de son design que de son type d'application. Finalement, la seule limite de notre technologie est la créativité de chacun », souligne Henri Chapelle, Sales and Marketing Manager PET Foams.

Thimister l'un des piliers de la production du groupe Armacell

Armacell Thimister est le centre d'excellence du groupe dans la fabrication de mousse à partir de PET recyclé. Forts de leur expérience, deux autres sites de production ont été créés, l'un au Canada et l'autre en Chine. De plus, pour faire face à la demande croissante de mousse techniques (mousse fabriquée à partir de PET recyclé) l'usine de Thimister double sa capacité de production. Aujourd'hui, un nouveau hall de 7.500 m², qui accueillera deux nouvelles lignes de production, est en cours de construction et devrait ouvrir ses portes au printemps 2021. Outre l'accroissement de la capacité de production, cette extension

est génératrice d'emplois, car cinquante personnes viendront compléter l'équipe d'une centaine de personnes déjà en place. Depuis maintenant dix ans, leurs activités dans la fabrication de mousse à partir de PET ont permis de transformer plus de 1,5 milliard de bouteilles PET. Si cela reste une goutte dans l'océan en matière de recyclage de déchets, on ne peut que se réjouir qu'une telle technologie soit en pleine expansion et offre une multitude d'applications.

ARMACELL BENELUX SCS

Rue des Trois Entites 9 - 4890 Thimister-Clermont | Tél. : 087.32.50.70 | info.benelux@armacell.com
wwwarmacell.com | <https://localarmacell.com/en/armaform-pet-foam-cores/>

Cet article n'engage pas la rédaction.



LES 4 FANTASTIQUES AU SERVICE DE VOS IDÉES D'INNOVATION !

Envie d'être épaulé dans votre réflexion stratégique, dans vos projets de change management, de développement business, de digitalisation? xFIVE vous aide à vous réinventer en vous soutenant dans la concrétisation de vos idées, en mobilisant les forces vives de votre écosystème afin d'oser de nouvelles choses, d'innover, de passer un cap!

MÉLANIE VANDEVOORDE

Le commencement

Axel Neveux et Xavier Lepot fondent xFIVE en 2011 **avec l'innovation comme fil conducteur**. Leur bureau d'ingénierie et de conception inventive conçoit et développe les projets de leurs clients, de l'idée jusqu'à la concrétisation. Rejoints par Stéphane Badts, Frédéric Lemans et Thomas D'Hollander, ils développent **une méthodologie appelée CADMI** (prise de Conscience, Analyse de la situation, Développement de concepts de solution, Matérialisation des meilleurs concepts, évaluation de l'Impact) basée sur le bon sens, leurs expériences et leurs pratiques en entreprises. Cette méthode pragmatique, efficace et orientée résultats sert de base pour la matérialisation des projets et pour permettre à l'entreprise de se réinventer.

Les missions

L'équipe ambitionne d'être l'une des références en matière d'innovation. Ce qui l'anime ? Soutenir les dirigeants, cultiver l'engagement des travailleurs au services des projets de durabilité. L'imagination de ces passionnés engagés est sans limite !

Les business

80 % de ses marchés sont des entreprises privées ou publiques souhaitant développer un produit/service ou rencontrant une problématique. xFIVE se positionne en ressource de recherche et de développement et embarque dans l'entreprise pour faire avancer et consolider le projet, avec l'aide d'experts de ses réseaux de partenaires.

A côté de cela, xFIVE propose des modules de form'action ou de formation aux clients afin qu'ils s'approprient l'approche structurée leur permettant d'innover.

Le 3^{ème} pan d'activité se déploie aux côtés de l'animation économique et des pôles de compétitivité.

Les projets

« La sagesse, c'est d'avoir des rêves suffisamment grands pour ne pas les perdre de vue lorsqu'on les poursuit. » (Oscar Wilde)



« Un problème sans solution est un problème mal posé ». Albert Einstein

xFIVE imagine et met en place des solutions mettant l'utilisateur au centre de la réflexion et des développements !



L'équipe xFIVE

©xFive



La communication au centre des projets

©xFive

xFIVE a ses propres rêves et certains sont déjà concrétisés comme son propre projet : xPERT-O (www.xpert-o.com). Mais son dessein principal reste de créer de la valeur pour ses clients en matérialisant leurs rêves d'innovation, de durabilité et d'excellence opérationnelle, en s'impliquant et en construisant à leurs côtés.

xFIVE, c'est donc :

- Des projets d'innovation menés efficacement et rapidement ;
- des clients et prospects confiants et impliqués ;
- une logique de développement durable alliant innovation et compétitivité ;
- un engagement et un alignement des énergies au sein des entreprises ;
- des réponses originales, inventives à des

problèmes complexes ;

- une démultiplication des ressources et un investissement progressif ;
- un regard objectif en dehors des enjeux de l'entreprise.

Xavier Lepot a décidé, en août, de changer de cap. Ses associés profitent donc de cet article pour le remercier de son engagement et lui souhaiter bonne route !

xFIVE

Parc Qualitis, La Lanterne,
rue Jean Burgers, 2 à 7850 Enghien
www.xfive.be - info@xfive.be
Tél. : 0476/40.90.02



L'ÉLECTROMÉNAGER

« MADE IN BELGIUM »

Dalcq est un acteur belge de l'électroménager proposant une gamme d'articles aussi large que les géants du secteur. Des produits des marques qu'elle fabrique – comme les « Made in Belgium » Frifri ou Dejelin, par exemple – mais aussi de celles qu'elle distribue...

GAËTAN DI GRAVIO

L'entreprise Dalcq vous est peut-être inconnue, mais vous passez forcément devant un produit fabriqué ou distribué par cette dernière dès que vous flânez dans un rayon « petit électro-ménager » de la grande distribution. Car Dalcq se cache en réalité derrière une marque belge aussi emblématique que Frifri, par exemple ! « Il y a une cinquantaine d'années, lors d'un passage en Suisse, Denis Dalcq a découvert la friteuse à zone froide inventée par une entreprise locale du nom de... Frifri ! D'abord revendeur de la marque en Belgique en porte à porte, il demanda ensuite l'autorisation de fabriquer des friteuses à Orp-Jauche en utilisant la même marque » explique Sébastien Frédéric, Managing Director de Dalcq, qu'il a rachetée en 2011 avec Gautier Rouyer, avant que ce dernier ne revende ses parts de l'entreprise à deux autres associés il y a trois ans.

Un gaufrier mythique – unique au monde avec ses huit types de plaques amovibles – demeure lui aussi dans le giron de Dalcq. « Nous en vendons toujours près de 30.000 par an... Aujourd'hui, il s'agit de gaufriers estampillés Frifri, mais ils sont quasi identiques au « Nova » de votre grand-mère dans les années 70, le thermostat en plus ! Mais notre produit-phare reste évidemment la friteuse, dont nous vendons annuellement près de 70.000 exemplaires de nos différents modèles. »

Producteur et distributeur

Préservant le savoir-faire belge de Dalcq et la légende de ces appareils électroménagers connus de tous, ses nouveaux dirigeants ont aussi fortement développé la structure depuis la reprise : déménagement à Courcelles, attaque commerciale sur la France, etc. Et, surtout, rachat de nouvelles marques, dont Dejelin, le spécialiste du cuiseur-vapeur haut de gamme, en 2014. « Aujourd'hui, nous produisons du petit électro vendu sous trois marques dans une trentaine de pays un peu partout dans le monde, mais distribuons aussi en Belgique, en France et au Luxembourg, une dizaine de marques qui sont,



“ Nous produisons trois marques et en distribuons une dizaine d'autres leaders dans leur domaine ! »

pour la plupart, des leaders dans leur domaine ! Ainsi, nous couvrons une gamme qui va de l'art de vivre « à la bourguignonne » à une cuisine plus saine, en passant par le « fun cooking » avec les planchas, croques, sorbetières, etc. Une gamme qui est d'ailleurs aussi large que celle des géants de l'électroménager, mais avec un support après-vente local et plus de possibilités d'être flexibles pour de petites productions, dont des séries spéciales et/ou limitées en partenariat avec des marques alimentaires, par exemple. Notre autre gros atout, c'est que certains de nos produits les plus porteurs comme les friteuses, les cuiseurs-vapeurs ou les chocolatières sont « Made in Belgium » ! »

En plus de sous-traitants, tant en Wallonie qu'en Flandre, dont certains travaillent presque exclusivement pour l'entreprise courcelloise, comme des ateliers protégés – « des gens vraiment extraordinaires ! » - par exemple, une vingtaine de personnes composent les



effectifs de Dalcq. Toujours à l'affut des innovations du secteur, les équipes marketing et R&D de l'entreprise développent sans cesse des nouveautés, notamment pour Dejelin, en phase avec la vague actuelle du « fait maison, sain et avec des produits locaux », renforcée encore par le confinement du printemps dernier. Dalcq, n'ayant pas trop souffert de la crise sanitaire, voit un avenir radieux se présenter devant elle. Au point que l'entreprise compte désormais investir pour doubler le volume de ses installations...

DALCQ SA

Rue de Hainaut, 86 à 6180 Courcelles
Tél. : 071/12.14.81 - www.dalcq.com

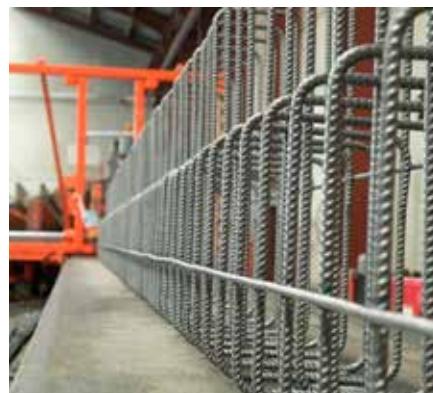


[Groupe Aciers Grosjean]

BATTRE LE FER TANT QU'IL EST CHAUD!

Le Groupe Aciers Grosjean, fort de ses 30 ans d'expérience, n'est pas qu'un marchand d'acier! L'entreprise fabrique des produits à haute valeur ajoutée, tant dans leur degré de finition que dans leur caractère innovant. Une évolution nécessaire pour répondre aux nouvelles utilisations « tendance » de ce matériau...

GAËTAN DI GRAVIO



En un peu plus de 30 ans, le nom « Aciers Grosjean » est devenu une référence dans un secteur « brut » de prime abord, mais qui prend ses lettres de noblesses avec le temps. Les Aciers Grosjean eux-mêmes, ont grandi pour devenir un groupe aujourd’hui présent dans sa région natale de Charleroi, mais aussi à La Louvière (Bricofer), Tournai (Ferutil) et Marville, dans le département français de la Meuse. « Notre entreprise est spécialisée dans le négoce, la distribution et la production de produits en acier, mais aussi en inox et en aluminium, essentiellement destinés à la construction. Toutefois, la consommation d'acier est en pleine mutation ces dernières années. Non seulement il est de plus en plus utilisé, mais il est désormais très apprécié pour son apparence et revêt, aux côtés du bois et du fer, un caractère décoratif dans un style que l'on peut qualifier d'« industriel domestiqué ». L'utilisation des produits en acier dans l'architecture est en outre facile car ces derniers sont la plupart du temps modulaires. C'est un matériau génial ! » explique Philippe Mercier, Directeur général du Groupe Aciers Grosjean. « Les produits en acier sont de plus en plus techniques... et leur évolution a récemment pris une autre dimension ! Suivre cette évolution et anticiper les changements à venir est un réel challenge que les Aciers Grosjean peuvent relever grâce à leur savoir-faire et leur polyvalence qui ont eux aussi évolué... Pour notre personnel, il ne s'agit plus de se contenter de

renseigner le client, mais bien de lui fournir un produit à haute valeur ajoutée, tant dans son degré de finition que dans son caractère innovant. Tout ceci ne peut évidemment se faire sans partenariat. Un partenariat avec le client, d'abord, puisqu'il est impossible de fournir le produit adéquat sans savoir à quelle utilisation il est destiné. Des partenariats avec d'autres acteurs techniques, ensuite, comme des bureaux d'étude, des constructeurs et des entrepreneurs par exemple. » Sur un même projet pour un client final, les Aciers Grosjean peuvent ainsi travailler avec plusieurs partenaires « partagés » : élaboration dudit projet, fabrication, fourniture de la marchandise, etc.

Image et culture d'entreprise

Le Groupe Aciers Grosjean a su s'adapter continuellement à son marché - en témoignent ses trois décennies d'existence - modifiant ainsi la manière dont le milieu de l'acier percevait cette entreprise familiale. « Les Aciers Grosjean, ce n'est plus qu'une usine... mais bien un magasin où l'on peut trouver le produit fini ou semi-fini recherché ! Soucieux de renvoyer une image correspondant en tous points à la qualité de nos services, nous avons modifié, il y a peu de temps, notre communication visuelle, tandis qu'il y a longtemps déjà que nos produits et notre

“

L'évolution des produits en acier a récemment pris une autre dimension ! »



personnel la véhiculent au quotidien. Au sein du groupe, nous entretenons une véritable culture d'entreprise avec la collaboration de chacun, tout en veillant au confort de tout salarié ! », ponctue Philippe Mercier, pleinement investi de son rôle au sein de la structure.

Et parce que les Aciers Grosjean sont aussi dans l'air du temps, leurs clients professionnels ont accès à une plateforme en ligne de devis, où les prix sont actualisés en temps réel. Une plateforme d'achat en ligne pour les particuliers devrait également voir le jour à l'avenir... « Evoluer à chaque niveau » étant la démarche permanente dans laquelle le groupe s'inscrit assurément !

ACIERS GROSJEAN

Rue de Zone, 23 à 6032 Mont-sur-Marchienne
Tél.: 071/47.10.40 - www.aciersgrosjean.be

3 sociétés membres de la CCI Wapi, Dubuisson, Technord et TRBA, finalistes de l'édition 2020 de L'Entreprise de l'Année®

Chaque année, Ernst & Young organise l'élection de l'Entreprise de l'Année®. L'objectif est de mettre à l'honneur les entreprises de la Belgique francophone qui « se distinguent par leur approche innovatrice, leur internationalisation, leur esprit d'entreprendre, leur vision stratégique, leur santé financière et leur ténacité en toutes circonstances ». Recevoir ce titre serait une récompense ultime pour ces 3 sociétés qui ne cessent de croître. Dubuisson, Technord, TRBA, I-Care et Efficacy sont les entreprises finalistes de ce concours dont le lauréat sera désigné le 7 décembre 2020.



Dubuisson, un vrai Brasse-Temps!

La Brasserie Dubuisson détient le titre de plus ancienne brasserie de Belgique. A travers les décennies, elle a su garder son caractère familial.

Hugues Dubuisson représente la 8^{ème} génération et sa passion pour la bière ne l'a jamais quitté. Il aime aller à l'encontre des tendances actuelles. Casser les codes est dans sa nature. Pour autant, il garde les pieds sur Terre avec une gamme de 10 produits appréciés et reconnus sur le marché !

La brasserie se caractérise par une croissance constante, que ce soit au niveau du groupe, des chiffres, de la diversification de ses produits ou encore des nouveaux marchés à



explorer. Cependant, la Brasserie Dubuisson n'en a pas perdu ses valeurs et garde une parfaite maîtrise de son produit et de son savoir-faire 100 % naturel.

A l'occasion des 250 ans de la brasserie, célébrés en 2019 avec la présence du Roi Philippe, un nouveau domaine a vu le jour. Un musée dédié à l'histoire de la brasserie ainsi qu'un nouveau « restaurant » ont été inaugurés. Tout est réuni pour devenir un point touristique reconnu en Wallonie !

Technord, de l'électricité industrielle à l'industrie 4.0

Technord est un groupe 100 % familial avec une diversification de ses services afin de proposer des solutions intégrées autour de l'électricité industrielle, de l'automatisation, de l'informatique industrielle et plus récemment autour de l'industrie 4.0. Elle est présente à travers le monde avec différentes filiales en Europe ainsi qu'à Singapour afin d'optimiser l'accompagnement de ses clients. Ce groupe puise sa force dans son réseau de collaborateurs et de sous-traitants fidélisés.

L'innovation est le maître mot en son sein. Toujours se remettre en question afin d'investir et de créer intelligemment. L'entreprise se caractérise par sa responsabilité environnementale, sociale et l'envie d'apporter une valeur ajoutée à ses collaborateurs ainsi qu'à ses clients. Au sein de Technord, tout est lié et n'a de sens qu'en ensemble. Dans ce secteur en perpétuelle évolution, trouver et former les talents reste un défi quotidien. L'objectif de Technord est de continuer à



grandir et innover en restant conscient de ses capacités et en respectant ses engagements « B Corporation » notamment.



TRBA, en route vers le succès

TRA est une entreprise familiale qui a su gravir les échelons afin d'être reconnue comme une grande entreprise en croissante expansion. Cette société présente une gamme de services qui va de la construction routière en passant par le

terrassement jusqu'au génie civil. Sa présence sur les marchés publics et privés ainsi que sa large palette de services permettent d'expliquer la belle croissance de cette entreprise qui emploie près de 400 personnes. La clé du succès se trouve également dans les

investissements réalisés afin d'obtenir un béton de qualité. La force de l'entreprise est d'avoir une traçabilité et une mainmise sur le processus de fabrication du béton jusqu'à la finition.

Chimay met en route sa propre éolienne en partenariat avec Bee

Depuis tout récemment, les pales de l'éolienne du Groupe Chimay tournent au gré du vent sur le site de production. L'installation de cette éolienne fait partie d'un plan de développement durable pensé en collaboration avec Belgian Eco Energy (Bee), société belge active dans le développement de projets d'énergie renouvelable sur-mesure. Culminant à 150 mètres de haut, cette éolienne installée sur le zoning industriel de Baileux produira jusqu'à 5.200 mégawattheures d'électricité verte par an qui serviront à

“ La brasserie atteint 90% d'électricité verte sur son site d'embouteillage... »

alimenter le site d'embouteillage de la brasserie situé juste à côté. L'excédent sera injecté dans le réseau public.

Le franchissement de cette nouvelle étape permet au Groupe Chimay de produire plus durablement et de manière autonome, ses bières et fromages. Chaque année, la brasserie investit entre 3 et 5 millions d'euros dans son matériel et ses bâtiments avec

toujours cette volonté d'assurer la pérennité de l'entreprise, la production de produits de qualité et d'améliorer son efficience énergétique. En 2019 déjà, 1.200 panneaux photovoltaïques avaient



été posés sur le toit du bâtiment tandis que la nouvelle ligne d'embouteillage, plus efficiente et économique, était inaugurée.

www.chimay.com

Ferme de l'Albatros-Poteaupré (Chimay) : une solution innovante de production d'énergie locale mise en place par ENGIE

La Fondation Chimay-Wartoise et l'Asbl Albatros ont décidé de reconvertis la ferme abbatiale en un complexe de plusieurs hectares afin d'y héberger et d'y proposer des activités à des adultes porteurs de handicap. Les besoins énergétiques de ce site sont importants mais celui-ci est situé à l'extrême d'une commune rurale et non desservie par les infrastructures réseaux de gaz naturel. Pour répondre à cette difficulté, ENGIE a développé une solution inédite et globale d'autoproduction via l'implantation d'une station Gaz Naturel Liquéfié (GNL) qui dessert les bâtiments du site. Ce gaz présente l'avantage d'occuper jusqu'à 600 fois moins de volume que le gaz naturel. Cette solution est complétée par l'installation de deux cogénérations pour la chaufferie principale. Cette dernière installation, permettant de produire de la chaleur et de l'électricité sans avoir besoin de beaucoup d'espace au sol, générera sur site environ 200 MWh/an, soit l'équivalent de la consommation électrique de près de 70



ménages, en même temps qu'elle produira de l'eau chaude et de la chaleur pour ses besoins, soit l'équivalent de la consommation de 125 ménages. Ce type de solution offre un excellent rendement global (> 96%).

La Ferme de l'Albatros-Poteaupré économisera, grâce à ces installations, 50 % de sa consommation énergétique par rapport à la situation de référence (mazout et électricité). La combinaison de ces différentes solutions permet, dans un premier temps, de réduire les émissions de CO2 de 19 %. Le système installé par ENGIE



limitera également fortement les émissions de particules fines et autres polluants. Cette solution d'installation GNL qui permet la production de chaleur, l'autoproduction d'électricité (cogénérations) et le ravitaillement CNG, constitue une première en Belgique. Cette solution, à faible encombrement, est dupliqueable pour alimenter des zones d'activités économiques, des coeurs de village ou de gros consommateurs (entreprises, maisons de repos, centres sportifs, habitats groupés isolés, etc.) situés en zones blanches.

Réinventer l'école à l'heure de la crise de la COVID-19

VAN IN, le principal éditeur éducatif en Belgique, édite « *Les leçons de la pandémie - Réinventer l'école ?* ». Ce livre propose une réflexion sur le confinement, le déconfinement ainsi que leurs conséquences sur le système scolaire et la manière dont celui-ci est amené à se réinventer. Son auteur, Bruno Humbeeck, y propose à travers une série de questions aux enseignants et acteurs pédagogiques des pistes concrètes de solutions pour repenser leurs pratiques à la lumière de la crise du Covid-19. L'intention est de créer un environnement scolaire durable, modulable, numérique et convivial qui peut résister en temps de pandémie.

Cet ouvrage est destiné aux enseignants et parents d'élèves de maternelle, primaire, secondaire et supérieur ainsi qu'aux professionnels de l'éducation afin de les accompagner dans leur réflexion vers une évolution perenne de l'enseignement.

VAN IN fait partie de Sanoma Learning, une division du groupe finlandais Sanoma.

L'entreprise s'appuie sur l'investissement enthousiaste de ses 180 collaborateurs et de nombreux auteurs. Elle développe des solutions didactiques innovantes, en Flandre comme en Wallonie. VAN IN propose une gamme

de plateformes digitales : Bingel (NL)/Wazzou (FR) pour l'enseignement fondamental et Diddit (NL)/Udiddit (FR) pour l'enseignement secondaire. Elle s'est spécialisée dans le domaine de l'apprentissage adaptatif et le recours à la technologie pour soutenir les enseignants et les élèves. Les éditions VAN IN ont vu le jour en 1833. Elles sont implantées à Wommelgem, Gand et Mont-Saint-Guibert.



ÉDITIONS VAN IN

Axis Office Parc - Rue Émile Francqui, 3 - 2^e étage
à 1435 Mont-Saint-Guibert - www.vanin.be

in BW propose Digiteal pour simplifier le paiement des factures

Excellente nouvelle pour les clients de in BW ! Grâce à l'application web et mobile Digiteal, ils vont pouvoir payer et gérer leurs factures d'eau bien plus facilement.

Après le succès auprès de la commune de Braine-l'Alleud (50 % des parents paient leur facture dans les 24h), différentes communes et intercommunales vont suivre prochainement. C'est également le cas de la clinique Saint-Luc de Bouge.

Tous ces citoyens vont enfin pouvoir utiliser une véritable alternative à la facture papier. C'est à cette condition que la plupart d'entre eux sont prêts à abandonner le papier.

« *C'est une réelle fierté pour la Digiteam de mettre ce projet en place avec in BW, savoure Christian Bettendorf, Sales&Marketing. Depuis le démarrage de notre aventure, il nous importait de créer un système qui puisse être utilisé par n'importe quelle taille d'entreprise : un indépendant, une école, une commune, une PME ou encore une multinationale. C'est en agissant de la sorte que nous pouvons nous rapprocher du souhait de chaque citoyen : recevoir toutes ses factures à un seul et même endroit.*

La société IPEX, qui s'est occupée de l'intégration, propose désormais à ces autres clients de pouvoir facilement activer le même service. Cette collaboration permet d'accélérer la transformation digitale pour de plus grandes structures, telles que celle de in BW.

Concours et Digiteal Forest

Dans le cadre du lancement de ce projet, les clients résidentiels in BW payant via Digiteal, et ayant décidé de recevoir leur prochaine facture directement dans l'application Digiteal, furent éligibles au concours pour remporter le remboursement de leur facture d'eau (max. 200 eur)*. Bon à savoir également, le projet #digitealforest. Pour chaque client qui choisira de recevoir sa prochaine facture dans Digiteal, un don sera fait à l'association Graine de vie pour planter un arbre.



* Depuis le 17 août 2020 et pendant 13 semaines, in BW a envoyé près de 5000 factures par semaine. Chaque semaine, la 500^{ème} personne ayant payé et ayant choisi de recevoir sa prochaine facture dans Digiteal, s'est vu rembourser le montant de sa facture !

OUR SOLUTIONS



DIGITEAL SA

Rue E. Francqui, 6/9 - à 1435 Mont-Saint-Guibert - www.digiteal.eu

Student Projects Week en Wallonie et à Bruxelles (28/09 au 1^{er}/10/2020)

Du 28 septembre au 1^{er} octobre 2020, les 7 incubateurs-étudiants bruxellois et wallons ont invité les étudiants et jeunes diplômés à participer à la seconde édition (gratuite) de la Student Projects Week ! Quatre jours de workshops, conférences et activités dédiés aux jeunes ayant envie d'entreprendre afin de leur permettre de venir découvrir les différentes facettes de l'entrepreneuriat étudiant. En format essentiellement digital, le programme de ces 4 jours a permis de brosser à 180° toutes les aides et conseils pour aider les jeunes à entreprendre : <https://www.studentprojectsweek.be/programmes>.



La « JDE » en mode « corona »

Le dimanche 04 octobre, entre 10h et 17h, la traditionnelle « Journée Découverte Entreprises » a pris des allures un peu particulières en raison du contexte « corona ». C'est ainsi que plusieurs de nos entreprises wallonnes qui s'y étaient inscrites ont opté pour une visite virtuelle de leurs infrastructures alors que d'autres ont pu s'organiser pour ouvrir physiquement leurs portes aux participants.

4 heures de direct sur la page Facebook des JDE étaient au programme afin de permettre à chacun de découvrir les activités des entreprises, mais aussi leurs adaptations mises en place pour surmonter la crise...

► Ils y ont participé:

En Brabant wallon

LA MAISON GÉLIN VINS

Rouges, Blancs et Rosés sont proposés dans cette Maison reprise aujourd'hui par la 4^e génération Gelin. Une entreprise qui ne cesse d'évoluer... avec des préoccupations écologiques en ligne de mire.

Rue de Tubize, 51
à 1440 Braine-le-Château
www.gelinvins.be

BELGO SAPIENS

La Brasserie veut « offrir des bières de qualité et de caractère vouées à voyager à travers le monde », indique-t-elle sur son site internet. Pas de style unique, mais du plaisir à partager pour une entreprise qui s'avoue fière du patrimoine brassicole Belge. « Notre outil de brassage technologique laisse libre cours à toutes les opportunités dans la création de bières de caractère et de style ».

Avec la possibilité d'un packaging en canette métallique présentant bien des atouts : plus léger

sources : communiqués de presse

et plus recyclable que le verre, permettant un rapide refroidissement de la bière... La canette a désormais gagné ses lettres de noblesse, même si, chez Belgo Sapiens, le conditionnement en bouteilles 330 ml, 750 ml, fûts reste une autre possibilité de format.

Rue du Travail, 5 à 1400 Nivelles
www.belgosapiens.be

GENTLEMAN DRIVER CENTER

Gentleman Driver Center (GDC) est une concession d'automobiles de collection et de sport proposant une multitude de services axés sur ces « bijoux ».

Avenue Eiffel, 8 à 1300 Wavre
www.genlemandrivercenter.com

BRASSERIE JANDRAIN-JANDRENOUILLE

Des bières locales, un travail en circuit court : voici résumée la Brasserie Jandrain-Jandrenouille active depuis une quinzaine d'années

Rue de la Féculerie, 34 à 1350 Jauche
www.brasseriejandrainjandrenouille.com

En Hainaut

CHEVALLIANCE

Du coaching, avec l'aide de Florentine van Thiel... et du cheval, c'est ce que vous propose Chevalliance !

Rue de la Cour, 11 à 7950 Huissignies
www.chevalliance.eu

BRASSERIE À VAPEUR

Bières, étiquettes, sous-bocks,... la brasserie artisanale est riche de découvertes.

Rue du Maréchal, 1 à 7904 Pipaix - www.vapeur.com

GIPS

L'ASBL Groupe d'intervention Premier Secours se charge de la promotion et la formation du

premier secours et assure également les secours lors d'événements. Son service d'ambulances professionnel est disponible tous les jours, 24h/24.

Rue de l'Etang Derbaix, 120 à 7033 Cuesmes

SOCIÉTÉ WALLONNE DES EAUX

Fruit de la collaboration entre la SWDE et l'IDEA, la station de potabilisation d'Ecaussinnes est en fonction depuis 12 ans.

JARDINERIE PUSSEMIER

La visite de champs de chrysanthèmes fut au programme de l'entreprise familiale, lors de la « JDE ».

A Buzet, la Jardinerie Pussemier offre un très grand choix de plantes d'intérieur ou d'extérieur, des arbres, arbustes, mais aussi un rayon animalerie.

Chaussée de Nivelles, 626 à 6230 Pont-à-Celles
www.serrespussemier.be

AIRSPACE INDOOR SKYDIVING

Un endroit où l'on peut tester la sensation d'un saut en parachute !

Rue Charles Lindbergh, 26 à 6041 Charleroi
www.airspaceindoorskydive.be

VILLE DE FLEURUS

www.fleurus.be

PÔLE D'ÉCONOMIE SOCIALE DU CPAS DE CHARLEROI

TSHIRTMANIA

Derrière Tshirt Mania se cache Nicolas, un graphiste carolo, qui décline t-shirts, casquettes, accessoires sur un mode résolument humoristique

Rue de Dampremy, 39 à 6000 Charleroi
www.tshirtmania.be

FORUM FINANCIER DE WALLONIE PICARDE avec Jean-Luc Crucke

(Kain - 29/09/2020)

MÉLANIE VANDEVOORDE

Ce mardi 29 septembre, le Forum financier de la Wallonie Picarde s'est tenu dans le nouvel auditoire de la CCI Wapi. A la tribune, Jean-Luc Crucke lui a fait l'honneur de sa venue afin d'échanger, avec les entrepreneurs locaux, sa vision d'avenir pour la Wallonie et la région de Wallonie Picarde. Le Ministre wallon des Finances, du Budget, des Aéroports et des Infrastructures sportives a livré ses perspectives économiques suite à la crise sanitaire et son impact budgétaire !

Dans son discours, le Ministre du Budget se montre optimiste pour la Wallonie et sa région de Wallonie Picarde malgré la période.

Selon lui, il est nécessaire d'investir dans des projets à enjeux climatiques. Repenser la politique budgétaire est une nécessité. « *Plutôt que d'allouer des montants historiques, il est indispensable de recalculer tous les budgets alloués.* »

Pour la Wapi, il préconise une nouvelle gouvernance politique et une rationalisation au niveau des institutions avec une seule intercommunale par exemple.



ATELIER Marchés publics

(8/10/2020)

MÉLANIE VANDEVOORDE

En collaboration avec Hainaut Développement, la CCI Wapi a organisé un cycle d'ateliers autour des marchés publics. En ce 8 octobre, il s'agissait

d'une initiation aux marchés publics ; 2 autres sessions sont programmées dans le courant du mois d'octobre pour les sociétés qui souhaitent

aborder le secteur public pour développer leurs affaires !



LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL ET LA WALLONIE INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR

DERNIER WEBINAIRE FRANCO-BELGE sur la reprise post-covid!

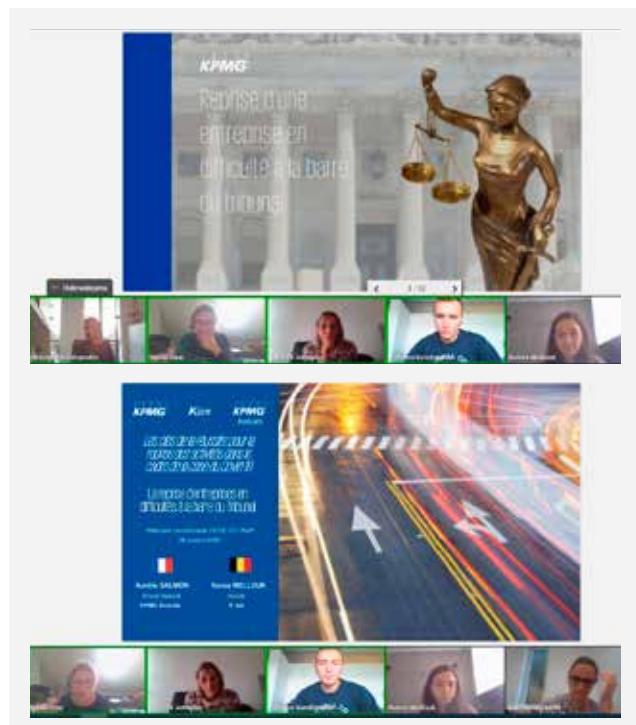
(06/10/2020)

MÉLANIE VANDEVOORDE

La boucle est bouclée ! La CCI Wallonie Picarde et la CCFB ont organisé conjointement un cycle de 3 webinaires à destination des entrepreneurs pour préparer la reprise économique après la période de COVID.

Le dernier webinar abordait la reprise d'entreprises en difficulté à la barre du tribunal.

Merci aux partenaires de la CCI Wapi pour ces 3 webinaires !



PETIT DÉJEUNER TRANSFRONTALIER sur l'actualité sociale

(13/10/2020)

MÉLANIE VANDEVOORDE

Comme à l'accoutumée, la CCI Wallonie Picarde et la Chambre de Commerce Franco-Belge se sont associées afin d'organiser pour leurs membres une séance d'information sur les nouvelles réglementations en vigueur en matière sociale en Belgique et en France.

Exceptionnellement, cet événement s'est déroulé en ligne avec près d'une trentaine de participants.

Rendez-vous le 8 décembre pour le second traditionnel Petit Déjeuner Transfrontalier sur l'Actualité fiscale !



MIDI D'AFFAIRES DE LA CCIBW:

(NIVELLES - 22/09/2020)

Après les midis d'affaires « 10/10 » (10 minutes par orateur, 10 orateurs réunis), devenue 10/5 par écran d'ordinateur interposé, la célèbre formule de business lunch de la Chambre de Commerce & d'Industrie du BW avait pu reprendre, en présentiel, le 22 septembre, au Golf Château de la Tournette (Nivelles).

Afin de respecter les mesures sanitaires en vigueur, les participants ont été invités à délaisser l'ambiance cosy de la salle traditionnellement attribuée pour ce type d'événement au profit de celle, très lumineuse, d'une pièce plus vaste sous verrière. Autour de la grande table, les distances réglementaires observées, tous purent enfin laisser tomber le masque pour s'adonner à l'exercice de présentation de leurs activités. Plusieurs intervenants du jour s'étaient d'ailleurs déjà livrés sur leurs astuces pour surmonter la crise et faire montre de leur faculté d'adaptation au travers des pages du CCI mag' de juin (exceptionnellement sous format numérique uniquement - www.ccimag.be - onglet « Archives »).

PDC EUROPE (Emmanuelle Deleye)

- Au sein du groupe américain Brady actif principalement dans les secteurs des soins de santé, des loisirs, ... la société s'est spécialisée dans les solutions d'identification.
 « Nous faisons des solutions d'identification en badges, bracelets, tours de cou, ... »
 « Nous avons différentes usines, en Angleterre, Chine, Mexique, à Nivelles. ... De Nivelles, nous gérons toute la partie Europe. ... »
 « Nos produits d'identification nous font toucher à une multitude de secteurs : du monde des parcs aquatiques au camping de Fréjus, en passant par une course auto à Dubai ! »
 « Post confinement, nous sommes sortis de notre zone de confort et au-delà des secteurs que nous avions davantage l'habitude de couvrir en nous tournant même vers des écoles, maisons de repos, le retail. ... »
 « Nous avons la chance de pouvoir compter sur une équipe très stable qui n'a pas ménagé ses efforts pour 'limiter la casse' ».

www.pdc-big.be

BRABANT WALLON AGRO-QUALITE (Ludovic Peeters)

- Made in BW a été « absorbé » par Brabant wallon Agro-Qualité pour en devenir la plateforme logistique.
 - Encadrement technico-économique pour les agriculteurs et producteurs de la province du Brabant wallon.
 « Notre mission est de soutenir les producteurs et artisans de la Jeune Province au moyen de divers services. Nous sommes ainsi un soutien logistique pour ces derniers en les aidant dans la distribution des produits via divers canaux comme les épiceries, les comptoirs fermiers, ... Nous travaillons aussi avec eux à tout ce qui concerne l'introduction à la commercialisation en les accompagnant dans leurs démarches lorsqu'ils veulent accéder aux grandes surfaces, par exemple. Les points d'attention comme : Nutriscore, allergènes, codes-barres à reprendre sur les étiquettes, etc. Nous avons aussi un 3^e volet, promotionnel, avec la mise à disposition d'espaces sur les marchés, pour ces producteurs par exemple. ... »
 « Durant la crise, nous avons dû nous réinventer avec un système de « drive in » dans le zoning de Wavre et la mise en place d'un processus digital pour mettre en avant l'économie circulaire. ... »
 « Parmi nos services aussi : la fourniture de restaurants d'entreprise du Brabant wallon et de Bruxelles et les colis-cadeaux pour entreprises en fin d'année. ... »

www.bwaqasbl.be

DHL EXPRESS (David Cordy)

- services d'expéditions dans le monde entier.
 « Nous sommes l'entreprise la plus internationale du monde, représentée partout ! »
 « Nous sommes 100.000, dans 220 pays et territoires. »
 « Nous avons toujours eu un « esprit pionnier »



depuis le départ. Nos fondateurs étaient trois amis travaillant dans la finance qui se sont un jour retrouvés sur un parking à San Francisco avec cette idée de « changer le monde » en facilitant et développant le commerce international. Aujourd'hui encore, nous avons trouvé des solutions pour aider la croissance des entreprises en apportant les documents douaniers partout dans le monde. ... Nous avons conservé cet esprit pionnier en allant toujours plus loin dans le service au client. »

« Quel que soit votre secteur d'activité, nous avons des solutions personnalisées. »

« Tout est transportable, sous la bannière DHL, qu'il s'agisse de documents ou de machines lourdes ! Nous avons même participé au transport des ... pandas vers Pari Daiza ! »

« Nous sommes fiers de notre bonne évaluation dans le cadre de la certification « TAPA », relative à la sécurité de fret. »

« Quand vous confiez votre colis à DHL, ... vous n'avez plus rien d'autre à penser qu'à votre produit suivant ! »

www.dhlexpress.be

DIDIER COOMANS (relaXmybody)

- aménagement de salles de repos, relaxation en entreprises.
 - fauteuils de massage.
 « Le bien-être des collaborateurs est une préoccupation pour les entreprises qui sont également mues par une recherche constante de



ENFIN RÉUNIS !



rentabilité. Nous vous faisons la promesse de concilier les 2 !

« Nous repensons l'aménagement de la pièce à la demande avec, par exemple, décoration zen, musique relaxante, aromathérapie, lumiénothérapie... »

« Nous proposons des solutions à la vente, en leasing, renting... »

« Nos références : Carrefour, IKEA, Cofidis France et Belgique ou encore la TEC... »

www.relaxmybody.be

MARY DRAELANDS (Ré-Action)

La Sogepa, en collaboration avec les Chambres de Commerce & d'Industrie du Luxembourg belge et du Brabant wallon, coordonne un nouveau dispositif, « Ré-Action », destiné à soutenir les petites structures en difficulté... « Nous aidons les entreprises à se réinventer... »

« Avec le chef d'entreprise, nous faisons le point, avec un diagnostic à 360° : où en est-il, vers où peut-on aller ? »

« Nous sommes deux à couvrir le Brabant wallon et le Hainaut, Rita s'occupant davantage de l'aspect financement et, pour ma part, le volet accompagnement. Ensemble, nous construisons des solutions avec les entrepreneurs ».

« Le service est gratuit pour les membres ou non membres, soutenu par la Région wallonne ».

WENDY RUBINI (Heads & Hunters)

- Heads & Hunters est une start-up appartenant à un groupe spécialisé dans le domaine des RH.
- Recrutement et sélection avec différents types de solutions : du « sur-mesure » en fonction des besoins du client (intérim management, recrutement permanent, contracting, contrat projet, ...)



Wendy Rubini (Heads & Hunters) et Céline Squélart, Directrice CCIBW (à droite)

- Profils Sales, Marketing, RH uniquement.

« Nous faisons du recrutement et de la sélection de profils sales, marketing, RH, mais aussi de la consultance RH... »

« Nous avons une approche d'écoute et de conseil tant pour nos clients que pour nos candidats qui ressortent toujours avec un feed-back ».

« On sonde les aspirations des candidats afin de déterminer si on peut les mettre en relation avec les attentes des entreprises... Quels sont les « moteurs » de la personne ? C'est ce que nous efforcerons de déterminer ! »

« A chaque engagement, nous remettons un rapport au client pour lui permettre de travailler sur le développement du candidat... »

www.headsandhunters.be

PATRICK PLACENTINO (Axedis)

- Axedis : une ETA employant des profils très différents.

« Nous sommes dans des métiers où les choses doivent avoir un sens ! »

« Conditionnement, routage, mailing, impression, assemblage électrique, mécanique... Axedis, 2^e plus grande entreprise de travail adapté de Wallonie, peut se charger de tous ces travaux. Située à Limal, elle emploie 150 personnes ».

www.axedis-eta.be

DOMINIQUE ROLLAND (Pop Solutions)

- le métier premier de l'entreprise : la conception de matériel professionnel de présentoirs afin d'améliorer la visibilité des produits.

- 2 grands axes : division « carton » et « permanente » (métal, bois, plastique) pour des secteurs d'activités très divers.

« La crise nous a poussés à trouver une première parade puis à élargir les champs et la réflexion pour assurer, demain, le développement de notre société ».

« En période de crise, nous avons développé plusieurs modèles de distributeurs de gel hydroalcoolique. Nous en avons vendu 9000 ! »

www.pop-solutions.be

JEAN-CHARLES SNOY (4 reliance)

- Services de : transmission d'entreprise, levée de fonds, conseil dans l'introduction en Bourse, investissements.

« Nous avons accompagné en Bourse Pairi Daiza... »

« Nous travaillons beaucoup l'écoute historique en nous attachant à la stratégie de la société, etc. pour déceler qui serait susceptible de la reprendre. Nous sommes actifs dans tous les secteurs, mais, plus spécifiquement, la santé, le pharma... »

www.4reliance.com

MOUNIR KADJAJ (Calysta)

- Cabinet de conseil en propriété intellectuelle.

« Notre core business, ce sont les brevets, marques, modèles... On couvre tout le process avec une combinaison d'expertise et des conditions adaptées aux besoins du client. Dans notre équipe pluridisciplinaire, on trouve des profils juridiques, d'ingénieurs commerciaux, ingénieurs civils, travaillant tous ensemble sur le même plateau, ce qui favorise les échanges ».

« Nous couvrons les secteurs traditionnels de la propriété intellectuelle en nous ouvrant aussi aux matières connexes ».

www.calysta.eu

POUR VOUS INSCRIRE AU 10/10 DU 1/12 :

<https://www.ccibw.be/evenement/business-lunch-10x10-a-nivelles-3-2020/>

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE LA CCI HAINAUT

(Saint-Vaast - 22/09/2020)

TATIANA HAMAIDE © ALAIN DOUMONT (AD PHOTOGRAPHY)



Le 22 septembre dernier, la CCI Hainaut organisa, en présentiel, son Assemblée Générale à la Ferme du Coq (Saint-Vaast / La Louvière). Après la partie statutaire où les membres du nouveau conseil d'Administration furent élus, l'orateur invité, M. Yves Coppieters, épidémiologiste et professeur de Santé publique à l'ULB, tint une conférence sur un thème d'actualité : « **L'économie au temps du virus : un regard scientifique.** »

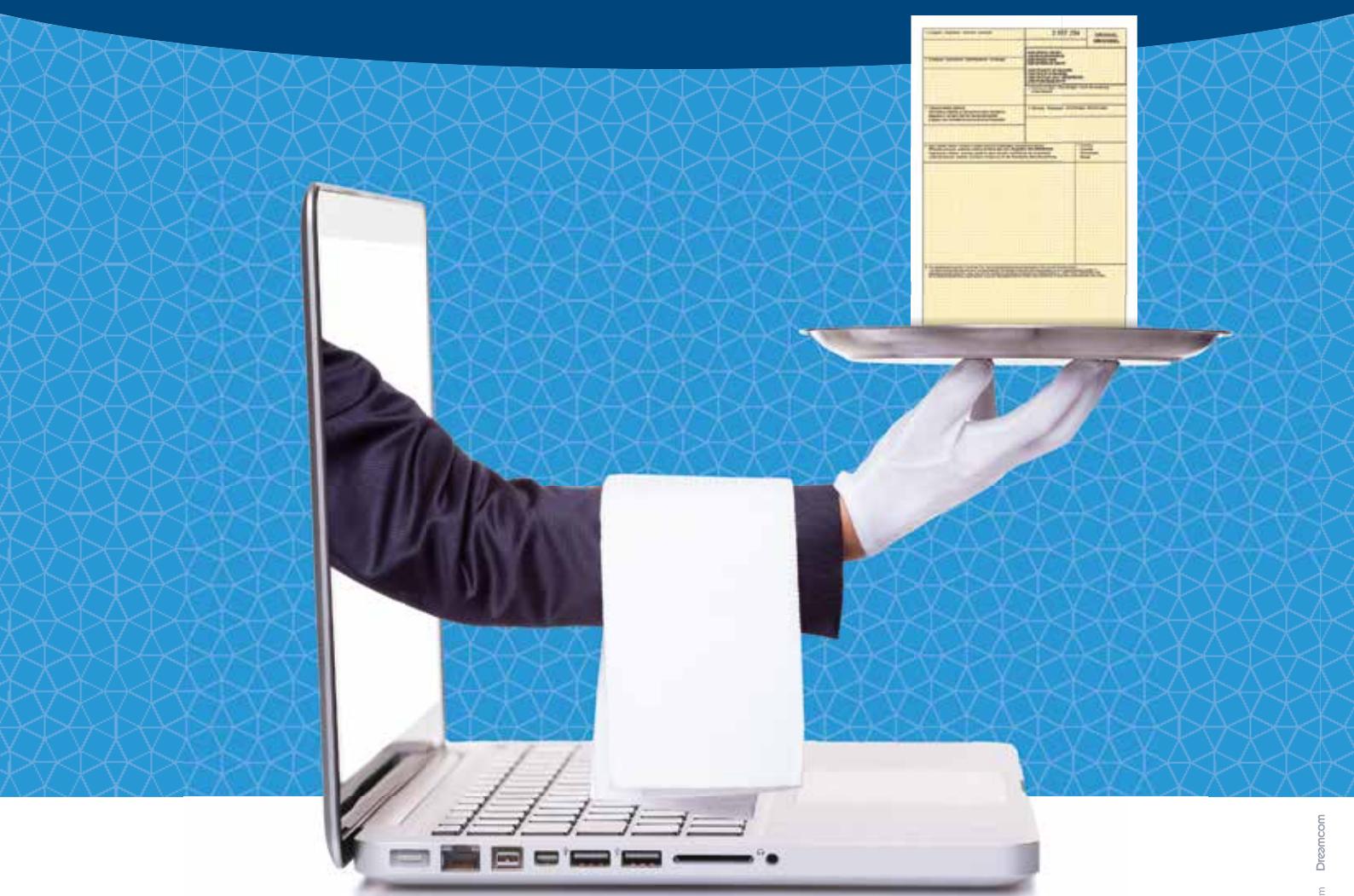
Les membres de la CCI Hainaut qui y étaient présents purent ensuite poser des questions au scientifique. Le tout se déroula dans le respect des règles sanitaires en vigueur et dans la joie de se retrouver « pour de vrai », après de longs mois de confinement.

Un grand merci au sponsor de la soirée de la CCIH : Protime.



LES CERTIFICATS D'ORIGINE EN LIGNE DES CCI

Le service sur un plateau d'argent!



POUR LES EXPORTATEURS, UNE FORMULE:

RAPIDE

À PRIX RÉDUIT

SANS DANGER*

*site internet 'DigiChambers' sécurisé SSL



Renseignez-vous auprès de
votre Chambre de Commerce & d'Industrie

Brabant wallon: 067/89.33.33 • Hainaut: 065/35.46.12

Wallonie picarde: 069/89.06.80 • Liège/Verviers/Namur: 04/341.91.91



BÂTIMENTS INDUSTRIELS

- Centre d'entreprises
- Halls de production
- Bâtiments logistiques
- Salles d'exposition
- Surfaces commerciales

VALCKE
PREFAB BETON

Rodenbachstraat 72
8908 Vlamertinge
Belgique

www.valcke-prefab.be
+32 57 20 25 01
info@valcke-prefab.be