LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

# cci mag'

MENSUEL N°01
JANVIER 2015
ÉDITION LIÈGE - VERVIERS - NAMUR

## L'INVITÉ

## Alexandre Grosjean (CCILVN)

PRÉSIDENT CONQUÉRANT

Dossier

# PETIT ALMANACH DE LA CCI

www.ccimag.be

ÉD. RESPONSABLE: THIERRY STREEL - LIEGE AIRPORT - BÂTIMENT B50 - 4460 GRÂCE-HOLLOGNE • CE MAGAZINE PARAÎT TOUS LES MOIS SAUF EN JUILLET ET EN AOÛT. N° D'AGRÉMENT: P705014

©CBAMI dbcreation.be ©hungryminds.be

# PLEIN DE RENCONTRES

Des cadres d'exception
aux multiples possibilités événementielles

**La Wallonie,**
**pourquoi chercher plus loin ?**
**www.meeting-tourismewallonie.be**

**Feel inspired**

Wallonia.be
COMMISSARIAT
GÉNÉRAL AU TOURISME

# Édito

> « Il serait peut-être temps de cesser de fustiger le “Patron d’entreprise” qui gagne de l’or en barre et ne tient pas compte de ses travailleurs »

## 2015, l’année du consensus?

Décembre 2014 nous a apporté son lot de grèves et de ralentissements économiques liés à celles-ci. Patrons et syndicats ont campé sur leur position… Même pas puisqu’aucune concertation n’a été possible. Nous avons assisté à des débordements de toutes parts : zonings bloqués, chefs d’entreprise et travailleurs sommés de quitter leur entreprise au risque de la voir saccagée, barrages filtrants. Les tensions étaient fortes. Elles sont certainement le signe d’un ras-le-bol général de la part des travailleurs. Mais frappe-t-on au bon endroit ?

Les PME sont le poumon de la Belgique, ce sont elles qui innovent et sont créatrices d’emploi. Mais ce sont elles qui paient aussi un lourd tribu en cas de grève et de blocage de leur outil de travail. Dans un contexte économique déjà très tendu, sans remettre en question le droit de grève, il serait peut-être aussi temps de cesser de fustiger le « Patron d’entreprise » qui gagne de l’or en barre et ne tient pas compte de ses travailleurs. A quand une campagne de communication mettant en exergue la réalité du chef d’entreprise, sa solitude, les risques qu’il prend tous les jours pour réaliser son rêve ? Les dirigeants syndicaux se mettent-ils parfois dans la peau du « patron » de PME ?

Il est à espérer que les esprits s’apaiseront cette année et qu’un terrain d’entente sera trouvé dans l’intérêt général. Il est clair que les tensions des dernières semaines ont eu des répercussions sur l’économie du pays et ont touché les entreprises.

Dans ce contexte, il sera intéressant dans cette édition de lire l’avis des experts en économie tels que Bruno Colmant et Vincent Reuter qui nous livrent leurs prévisions économiques pour l’année à venir. Dans un environnement de plus en plus concurrentiel où les entreprises doivent tenir compte de nombreux facteurs structurels internes mais surtout externes ; leur apport avisé peut nous donner un nouvel éclairage pour encore mieux naviguer et anticiper cette année.

Bonne année à toutes et tous !

**ALEXANDRE GROSJEAN,** PRÉSIDENT DE LA CCI LIÈGE-VERVIERS-NAMUR
**ANNE-CATHERINE TRINON,** VICE-PRÉSIDENTE DE LA CCI LIÈGE-VERVIERS-NAMUR


**Siège de Liège**
Liege Airport
Bâtiment B50 (1er étage) - 4460 Grâce-Hollogne
Tél. : 04/341.91.91 - Fax : 04/343.92.67

**Siège de Namur**
Chaussée de Marche 935A - 5100 Namur
Tél. : 081/32.05.50 - Fax : 081/32.05.59
info@ccilvn.be - www.ccilvn.be

**Président**
Alexandre Grosjean
**Vice-Présidente**
Anne-Catherine Trinon



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

**Éditeur responsable**
Thierry Streel
Liege Airport - Bâtiment B50 - 4460 Grâce-Hollogne

Flashez ce code sur votre Smartphone
et accédez à nos dernières news sur ccimag.be

**Chef d’édition**
Céline Léonard
Tél. 04/341.91.64 - cl@ccilvn.be

**Publicité**
Solange Nys
Tél. 04/341.91.67 - solange@ccimag.be

**Journalistes**
Alain BRAIBANT, Stéphanie HEFFINCK, Céline LEONARD, Bob MONARD, Jacqueline REMITS, VDA.

**Dossiers**
Céline Léonard

**Abonnements**
Françoise Bonmariage
Tél. 04/341.91.72 - fb@ccilvn.be

**Collaborations CCI**
Alexandre GROSJEAN, Vincent MAUSEN.

**Photos**
Stephan KERFF

**Impression**
AZ Print

**Maquette et mise en page**
Mwp Communication - www.mwp.be



Toute reproduction totale ou partielle est strictement réservée à l’éditeur
© CCImag’

cci mag'
LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

**Mensuel N° 01**
**Janvier 2015**
EDITION LIEGE - NAMUR - VERVIERS

L'invité du mois

## Alexandre Grosjean
CCILVN

4

Alexandre Grosjean est un homme multi-facettes. Evoluant au sein d'une des plus grandes sociétés du pays (Proximus), il est également à la tête de sa « petite » entreprise (Chocol@) créée aux côtés de son ami Jean-Philippe Darcis. Liégeois d'origine mais Verviétois d'adoption, il préside depuis 2012 aux destinées de la CCI. Portrait d'un hyperactif à l'enthousiasme communicatif.

© Stephan Kerff

Dossier

## Petit almanach de la CCI

9

Th. Streel (CCILVN)

G. Vande Velde (CCILVN)

V. Mausen (CCILVN)

Application CCI

Si ce magazine se trouve entre vos mains, votre entreprise est plus que certainement membre de la Chambre de Commerce. Pouvez-vous pour autant affirmer que vous connaissez bien la CCI Liège – Verviers – Namur ? Un petit détour par notre dossier vous éclairera certainement sur ce qu'est la CCI et ce qu'elle peut vous apporter.


- **Ce que nous sommes, ce que nous ne sommes pas** — 10
- **Nos métiers** — 11
  - Mise en réseau
  - Information
  - Formalités à l'export
  - La CCI c'est aussi...
- **Au programme de 2015** — 16
  - Une application CCI
  - Un service pour soulager votre trésorerie


Honest Talk

## Comment voient-ils 2015 ?

18

Vincent Reuter, Bruno Colmant, Johan Lambrecht, Etienne de Callataÿ, Pascale Delcommi-nette : chacune de ces personnalités nous a livré ses prévisions économiques pour les mois à venir. Affichant au mieux un optimisme prudent, ces derniers planchent sur une nouvelle année complexe pour nos entreprises.

E. de Callatay (Banque Degroof)

Boîte à outils

## Procédure de réorganisation judiciaire : plus chère, mais plus efficace

26

Depuis ce mois de janvier, le coût d'introduction d'une demande de procédure de réorganisation judiciaire (PRJ) est passé de 80 à 1.000 €. Une évolution juridique « qui promeut vraiment le redressement d'entreprise » aux yeux de Fabienne Bayard, Présidente du Tribunal de commerce de Liège.

F. Bayard (Tribunal de commerce de Liège)

En bref

## L'actualité du chef d'entreprise

23

Au programme de cette édition : les Startech's Days, les voitures de société, le concours de la Marianne de Cristal, le plafond pour le bonus salarial, … et bien d'autres infos encore !

Energie

## La chasse au gaspi

28

La chasse aux gaspillages est la première piste à exploiter pour économiser l'énergie et alléger sa facture. La configuration optimale et la maintenance des outils en est une seconde à privilégier… Nettoyez par exemple les réflecteurs, optiques, caches.

Automobiles

## Passez donc au Salon ! 30

Du 16 au 25 janvier 2015, Febiac organise la 93è édition du Salon Automobile de Bruxelles… Présentation de quelques premières mondiales et européennes à l'affiche…

Autour de

## La Wallonie est innovante 34

Votre voisin, l'entreprise du coin, ce développeur rencontré au hasard d'un évènement…: la Wallonie regorge d'hommes et de femmes qui ont un jour décidé d'innover en se demandant ce qu'ils pourraient apporter de neuf à nos pratiques et usages. Nous vous invitons à la rencontre de quatre de ces créatifs dont les concepts novateurs pourraient prochainement investir votre quotidien…

C. Hermanns (Vipo Universal)

Portraits

## A-Th 37

Initialement spécialisée dans l'outplacement et plus récemment également dans le coaching, la gestion de carrière, les conseils RH et la stratégie business, A-Th vient de fêter ses 30 ans. Reprise depuis 5 ans par la 2ème génération, elle compte plus de 500 sociétés clientes en Belgique et au Luxembourg.

S. & C. Thioux (A-Th)

## Brasserie de Marsinne 39

C'est dans la baignoire de leur kot de Louvain-la-Neuve que Nicolas Declercq et Tanguy Van Der Eecken ont brassé leurs premières bières, il y a plus de 10 ans ! Ils sont aujourd'hui les créateurs et producteurs de la Léopold 7.

N. Declercq (Brasserie de Marsinne)

## Royal App Force 41

Royal App Force est une société spécialisée dans le développement d'applications B2B avec une touche de ludique. Sa première app', Peak me up, a fait des débuts remarqués au sein des équipes commerciales. Présentation en compagnie de son fondateur, Dominique Mangiatordi.

D. Mangiatordi (Royal App Force)

## Anne Relekom 43

Un bouquet de fleurs, des bouteilles de vin, une parure de stylos…, autant de possibles cadeaux qu'une entreprise peut offrir à l'occasion d'un départ à la retraite. Loin de ces classiques idées, Anne Relekom propose, aujourd'hui, un service original aux sociétés : écrire l'histoire de la vie d'un futur retraité.

A. Relekom

CCI

## YCN 44

Chaque évènement organisé dans le cadre du programme Young CCI Network répond à un triple objectif: apprendre, partager et networker. La dernière soirée en date n'a pas dérogé à cette règle.

F. Colantonio

## MADE IN 46

Pour cette dernière soirée MADE IN de l'année 2014, la CCI avait pris la direction de l'est de la province de Liège. Cap sur Thimister-Clermont et son prospère zoning des Plénesses.

D. Drion (Ateliers Jean Del'Cour)

## Le livre du mois 48

Les coachs pullulent. Formés à la va-vite ou autoproclamés, trop d'individus s'attribuent, aujourd'hui, ce titre. Sans remettre en cause l'utilité du métier, Alain Hosdey nous invite à opérer un tri dans le monde du coaching.

«Vais-je à la rencontre d'un coach ? », telle est la question à laquelle vous pourrez répondre au terme de cet ouvrage.

## ALEXANDRE GROSJEAN (CCILVN)

# PRÉSIDENT CONQUÉRANT

**Alexandre Grosjean est un homme multi-facettes. Évoluant au sein d'une des plus grandes sociétés du pays (Proximus), il est également à la tête de sa « petite » entreprise (Chocol@) créée aux côtés de son ami Jean-Philippe Darcis. Liégeois d'origine mais Verviétois d'adoption, il préside depuis 2012 aux destinées de la CCI. Portrait d'un hyperactif à l'enthousiasme communicatif.**

CÉLINE LÉONARD - © STEPHAN KERFF

Face au poids des responsabilités, Alexandre Grosjean n'a jamais reculé. À 24 ans seulement, fraîchement diplômé, il endossait ainsi le rôle de directeur d'un supermarché GB, devenant par l'occasion le plus jeune gérant de l'enseigne en Belgique. Près de 55 collaborateurs, 10 millions € de chiffre d'affaires : la tâche n'était pas une mince affaire. *« Mais l'expérience fut très formatrice. Elle exigeait des compétences très larges allant de la gestion des stocks à celle des ressources humaines dans un environnement aussi exigeant que varié qu'est le métier de la grande distribution. J'y ai découvert la complexité du monde du travail. »*

Au bout de 2 ans, lassé de la pression exercée par les syndicats, notre homme décide de voguer vers d'autres cieux. Une annonce brièvement survolée dans un journal l'incite à postuler chez Proximus. *« C'était en 1996, nous étions aux prémisses de la téléphonie mobile. J'ai alors eu la chance d'évoluer au sein d'un marché en pleine explosion qui allait révolutionner la face du monde. Chaque mois, l'équipe commerciale pulvérisait ses objectifs. C'était une période incroyable. »*

Lorsque, quelques années plus tard, Proximus intègre Belgacom, Alexandre Grosjean découvre d'autres métiers tout en poursuivant sa marche en avant. *« Le secteur des télécoms est passionnant car il est en constante évolution et concerne toutes les entreprises. Raison pour laquelle j'y officie encore, 19 années après y être entré. »*

Ce plan de carrière, Alexandre Grosjean ne l'avait pas imaginé. *« Je pensais en effet faire mes armes dans de grosses sociétés avant de lancer ma propre entreprise. Mais il est bien malaisé de planifier son devenir professionnel… »* Pour autant, ce commercial né n'a pas entièrement renoncé à ses rêves d'entrepreneuriat. En 2010, il crée aux côtés du chocolatier Jean-Philippe Darcis et de trois autres associés chocol@. *« Au travers d'un site d'e-commerce, ce concept permet au consommateur de concevoir un message personnalisé en chocolat. Une forme de SMS chocolaté donc. La boucle est ainsi bouclée ! »*

## La présidence de la CCI

Depuis 2 ans ½, Alexandre Grosjean occupe le poste de Président de la CCI Liège-Verviers-Namur. Un mandat bénévole venu à lui… un peu par hasard. *« Tout a commencé en janvier 2012. À l'occasion d'une manifestation, j'ai croisé Michel Grignard, alors Président de la CCI. Je lui ai manifesté mon envie de m'investir dans le tissu socio-économique local en rejoignant le conseil d'administration de la CCI. Quelques mois plus tard, il m'a invité à déjeuner pour m'annoncer que ma candidature avait été retenue non pas comme administrateur mais comme président ! J'ai cru à une caméra cachée. Michel pensait que mon tempérament pouvait coller avec celui de la Chambre. Le fait que je travaille dans une grande société tout en ayant ma propre PME lui apparaissait également comme un atout. Je lui ai demandé 48 heures de réflexion car je savais que si je relevais le défi, je m'y engagerais à fond. J'ai demandé l'accord de mes deux patrons, Proximus et mon épouse (rires). Après avoir obtenu leur feu vert, j'ai foncé. Les premières semaines, je craignais que ce nouveau Président un peu catapulté soit mal accepté par les collaborateurs. Des craintes qui se sont finalement vite dissipées. »*

Deux ans plus tard, Alexandre Grosjean ne regrette pas son choix. *« J'ai été le premier bénéficiaire de la philosophie CCI qui repose essentiellement sur la mise en réseau. Ayant bâti toute ma carrière à Bruxelles, je connaissais peu de monde en provinces de Liège et Namur. J'y dispose aujourd'hui d'un solide réseau de contacts. Le business, c'est avant tout des relations humaines et ça, la CCI l'a bien compris. »*

En juin 2015, le mandat d'Alexandre Grosjean arrivera à son terme : *« Autant le dire d'emblée, j'ai bien l'intention de poser ma candidature pour un second mandat. J'aspire encore à accomplir des choses avec cette CCI qui foisonne d'idées et se remet en permanence en question pour être un véritable outil 3.0 au service de ses membres. »*

***Le groupement d'employeurs:***
***un moyen simple, économe et original***
***de partager un travailleur aux compétences multiples.***

T.: 04 341 91 75
M.: 0494 12 85 49
E.: fh@ccilvn.be
***CCI LIEGE-VERVIERS-NAMUR***

Jobardent by CCI

« L'organisation de Meet'In Liège sur la pelouse du Standard restera assurément un grand moment. »

## BIO EXPRESS

- Né le **2 mars 1970** à Liège
- Marié, père de deux enfants
- **1982 :** entame ses humanités générales au Collège Episcopal du Sartay (Embourg)
- **1994 :** décroche un graduat en Marketing à l'EPHEC (Bruxelles) complété, quelques années plus tard, par un diplôme spécial en Management de l'ICHEC (Bruxelles)
- **1994 :** débute sa carrière en tant que Management Trainee au sein de GB-Unic S.A. et devient gérant d'un supermarché GB
- **1996 :** rejoint le monde de la téléphonie mobile en intégrant l'opérateur Proximus où il va gravir les échelons pour devenir Directeur des ventes PME pour Bruxelles et la Wallonie
- **2010 :** crée la société Chocol@ (ww.chocol-at.be) aux côtés du chocolatier Jean-Philippe Darcis
- **2012 :** accède à la Présidence de la CCI Liège-Verviers-Namur

## DU TAC AU TAC

**Quelle est votre plus grande qualité?**
Je pense être une personne assez créative, enthousiaste et persuasive.

**Votre plus gros défaut?**
Je dois reconnaître un certain côté obstiné : quand j'ai une idée en tête, il est difficile de m'en détourner. Je mets alors tout en œuvre pour arriver à mes fins.

**Votre devise**
Fais de ta vie un rêve, et de ce rêve, une réalité. Une citation de Saint-Exupéry que j'ai apposée sur le faire-part de mon premier enfant.

**Si c'était à refaire…**
Peut-être aurais-je aimé revenir dans ma région d'origine pour reprendre une activité ou rejoindre une PME. Ceci dit, il n'y a rien de mal fait. Je n'ai finalement que 45 ans…

## Coup de génie

« L'organisation de Meet'In Liège sur la pelouse du Standard en 2013 restera assurément un grand moment. Je me souviens encore du jour où Christophe Mausen, Directeur commercial de la CCI, m'a parlé de son envie de réunir 4.000 dirigeants à Sclessin. En amoureux du Standard, je trouvais l'idée séduisante mais totalement irréaliste. Ne voulant pas le démotiver, je lui ai dit qu'il avait mon accord pour démarcher la direction du club. Je pensais qu'il allait gentiment se faire éconduire mais 15 jours plus tard, il avait leur accord ! Cette idée, géniale parce que totalement folle, ce n'est pas moi qui l'ai eue, c'est Christophe. Je me félicite simplement de ne pas l'avoir tuée dans l'œuf. »

## Coup de cœur

« Je le dédie à Bruno Venanzi et son accès à la Vice-Présidence du Standard. Il est la preuve que la passion peut nous emmener loin. En endossant cette mission, Bruno Venanzi sait qu'il prend des risques, qu'il va se créer de nouveaux soucis. Mais c'est un entrepreneur, il ose. Il sait que le Standard de Liège est un outil fantastique pour relancer une région économiquement et qu'au travers de son développement, il peut insuffler une nouvelle dynamique. Je mettrai tout en œuvre pour le soutenir et être un partenaire de ce développement. »

## Coup de gueule

« L'une des richesses de notre pays est son sens du consensus. Or, depuis quelques temps, j'ai le sentiment d'assister à une certaine bipolarisation : les riches contre les pauvres, les méchants contre les gentils, la gauche contre la droite… Nous sommes en train de suivre le modèle français et, personnellement, cela ne me réjouit pas trop. »

# Les partenaires officiels de la CCI

proximus

Deloitte Fiduciaire

EQUIP source humaine

westlease LONG TERM CAR RENTING

MediaMarkt

PEUGEOT | Schyns GROUPE

Electrabel GDF SUEZ

securex human capital matters

EUROFIDES CREDIT MANAGEMENT

Dossier

# PETIT ALMANACH DE LA CCI

Si ce magazine se trouve entre vos mains, votre entreprise est plus que certainement membre de la Chambre de Commerce. Pouvez-vous pour autant affirmer que vous connaissez bien la CCI Liège – Verviers – Namur ? Est-elle un organisme public ou privé ? Est-elle politisée ? A-t-elle vocation à être un porte-parole de la communauté entrepreneuriale ? Quels sont ses métiers ? Autant de questions qui trouveront réponse dans ce dossier. Objectifs : mieux se connaitre pour mieux collaborer ; mieux se connaitre pour mieux avancer.

CÉLINE LÉONARD

# Ce que nous sommes, ce que nous ne sommes pas

## Au sein de la communauté entrepreneuriale, nombre d'idées reçues et contrevérités circulent sur la Chambre de Commerce. Démêlons le faux… du faux.

### La CCI est un organisme public

**FAUX** En Belgique, les chambres de commerce sont des organismes de droit privé. Une quasi-exception sur l'échiquier européen. Dans notre pays, contrairement à beaucoup d'autres, l'affiliation à une chambre n'est pas obligatoire pour les entreprises. Une particularité imposant aux CCI belges de se démener pour proposer des services offrant une valeur-ajoutée à leurs membres.

### La CCI est largement subsidiée

**FAUX** La CCI Liège-Verviers- Namur (CCILVN) dispose d'un budget composé à 84 % de recettes privées et à 16 % de subsides publics (FEDER). Cette faible dépendance aux subsides est la résultante d'une politique délibérée veillant à l'affranchir au maximum de dotations externes, souvent aléatoires et contraignantes. Cette stratégie permet par ailleurs à la CCI de vivre sur le même mode que les entreprises auxquelles elle s'adresse. Bon an, mal an, la CCI ne dispose pas de plus d'aides publiques que la majeure partie de ses adhérents qui les perçoivent sous forme d'aides à l'emploi, à la formation, à l'investissement, à l'exportation…

### La CCI est politisée

**FAUX** La Chambre de Commerce est un organisme apolitique. Aucun des membres de son conseil d'administration n'exerce de mandat politique ou n'a été désigné en fonction de ses accointances. Le CA est uniquement composé de chefs d'entreprises représentatifs du tissu économique des provinces de Liège et Namur.

### La CCI ne s'adresse qu'aux grandes entreprises

**FAUX** À la CCILVN, la moitié du membership se compose de sociétés dont l'effectif n'excède pas 10 personnes. Un juste reflet de notre tissu économique puisque 99,6 % des entreprises wallonnes sont des PME et que ces dernières emploient, en moyenne, 9 collaborateurs. En revanche, le taux de pénétration de la CCI est beaucoup plus élevé parmi les grandes entreprises que dans les (T)PME.

### La Jeune Chambre Internationale (JCI) est une émanation de la CCI

**FAUX** Il n'y a pas de lien unissant la Chambre de Commerce à la Jeune Chambre Internationale. Cette dernière s'adresse aux jeunes ayant entre 18 et 40 ans. Elle entend offrir à ce public des opportunités de développement, la possibilité d'acquérir de nouvelles compétences et de nouveaux talents.

### La CCI est un porte-parole des entreprises

**FAUX** La Chambre de Commerce n'est pas un partenaire social. À ce titre, elle n'a pas de mission de représentation du monde économique. Rôle qu'elle entend laisser, sur le plan régional, à ses collègues de l'Union Wallonne des Entreprises (UWE) et de l'Union des Classes Moyennes (UCM). La CCI n'est pas dotée d'outils et de structures lui permettant d'étudier des dossiers et de formuler un point de vue avisé.
Notons que la situation est différente en Flandre et à Bruxelles où les chambres de commerce ont établi une alliance avec les organisations régionales des employeurs pour former le VOKA et Beci.

### La CCI réalise de plantureux bénéfices

**FAUX** En 2014, elle a retrouvé le chemin de la profitabilité après l'avoir quitté pendant 3 exercices consécutifs. Le bénéfice estimé est d'environ 70.000 €, correspondant à +/- 2 % de son CA (3.700.000 €). Pour assurer son autonomie financière, se prémunir des coups durs et investir dans des projets potentiellement déficitaires mais utiles pour ses membres, il est vital que la CCI dispose de réserves équivalant à 15 % de son CA annuel (ce qui n'est malheureusement plus le cas à l'heure actuelle).

### Adhérer à la CCI, c'est le meilleur moyen d'en devenir fournisseur…

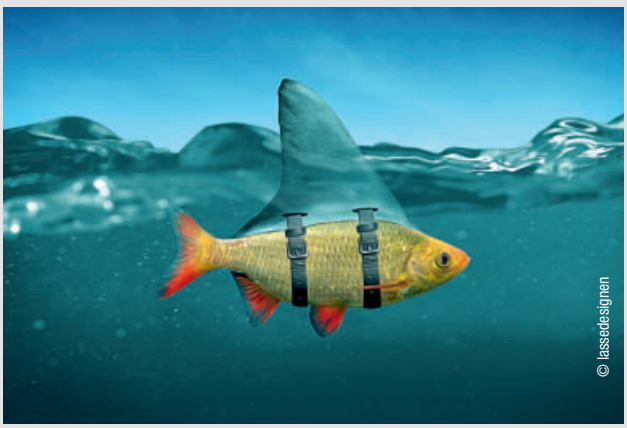
**FAUX** Avec ses 2.000 membres, la CCI aurait fort à faire. Il s'agit d'un mauvais calcul, d'une hypothèse caduque car, comme n'importe quelle entreprise, la CCI opère des choix qui vont de pair avec des renoncements. Adhérer à la CCI, c'est s'offrir le luxe de faire partie du plus vaste réseau d'affaires dans les provinces de Liège et de Namur afin de proposer ses servives et développer sa clientèle. C'est à cette échelle que se situe sa promesse.

### Le Président et les administrateurs perçoivent une rémunération…

**FAUX** Le mandat de président ou de membre du conseil d'administration s'effectue exclusivement à titre bénévole. Aucune rémunération, sous quelle que forme que ce soit, n'est accordée.

### La CCI, l'UWE, l'UCM, Agoria, l'AWEX… font la même chose

**FAUX** Il existe une volonté affirmée de la part de tous les opérateurs de développement économique d'éviter les doubles emplois. Les besoins des entreprises sont suffisamment nombreux pour que chacun existe et réalise au mieux sa mission dans sa sphère d'influence. Une entente cordiale et constructive règne en tous, contrairement à ce que l'on peut lire ou entendre dans certains médias. La CCI se distingue de ces différents opérateurs par ses métiers : le networking, sous toutes ses formes (partages d'expérience et activités événementielles), l'information (CCImag', Revue de presse) et les formalités à l'export (délivrance de documents douaniers).



# Nos métiers

En scrutant les sites des différentes CCI de Wallonie, peut-être avez-vous déjà été surpris par les différences notables existant dans leur offre et leur approche. Ces disparités sont normales. À l'exception de la délivrance de documents douaniers, chaque chambre a en effet la liberté de définir sa mission et ses métiers.
La CCILVN s'est donné pour objectif premier « d'aider ses membres à développer leur entreprise ». Pour mener à bien cette mission, elle a fait le choix de se concentrer sur trois métiers stratégiques :

- la mise en réseau
- l'information
- les formalités à l'export

Vincent Mausen, Directeur du département Mise en réseau

## Mise en réseau

Comme le souligne Alexandre Grosjean (Président de la CCILVN) dans son interview, le business est avant tout une affaire de relations humaines. Convaincue de ce précepte, la CCILVN multiplie depuis 20 ans les évènements de networking pour favoriser les contacts et les échanges entre dirigeants. Une politique qui a fait sa griffe.
Pour rester performante dans ce secteur devenu très concurrentiel, la CCI affiche une large palette de concepts évènementiels allant de soirées intimistes à de grandes messes entrepreneuriales et s'adressant à des publics variés (n°1 d'entreprise, femmes actives, entrepreneurs de moins de 45 ans…). Citons, entre autres :

**MADE IN :** le potentiel économique des provinces de Liège et Namur est grand. Afin de le mettre en lumière, la CCI pose chaque mois ses valises dans une commune le temps d'une soirée. Objectif : y célébrer les producteurs et fabricants qui y sont implantés au travers d'une conférence, de reportages vidéo et d'un walking dinner. Un concept exclusivement réservé aux chefs d'entreprise employant plus de 5 collaborateurs.

**LES AMIS DE MES AMIS :** « Les amis de mes amis sont mes amis », un adage bien connu auquel la CCI a décidé de donner vie. Pour mettre sur pied un tel évènement, la chambre convie à un repas quatre chefs d'entreprise à qui elle confie la mission d'inviter deux amis entrepreneurs. Ces deux amis sont à leur tour chargés d'inviter deux amis. Sont ainsi composées quatre tablées de sept participants savourant la possibilité de faire des affaires par ricochet.

### QUELQUES CHIFFRES :

- 45 événements en 2014 (12 à Verviers, 10 à Namur, 23 à Liège)
- Plus de 8.500 participants
- 1.483 entreprises différentes

**WOMAN CCI :** une ambiance décontractée, des soirées placées sous le sceau de la convivialité : voilà le crédo de Woman CCI. Un concept qui, comme son nom l'indique, s'adresse à toutes les femmes actives dans les milieux commerciaux et industriels. L'occasion pour ces dernières (souvent minoritaires lors des events de networking) d'établir des contacts à l'occasion d'un blind-test, un karaoké ou une activité à caractère récréatif.

**YCN :** quand on est jeune entrepreneur, il n'est pas toujours aisé de se constituer un réseau d'affaires. Pas facile non plus de trouver son compte dans les conversations de chefs d'entreprise se trouvant à un autre stade de développement professionnel. Pour répondre aux attentes de ce public plus jeune, la CCI a constitué Young CCI Network , un réseau spécialement dédié aux entrepreneurs de moins de 45 ans. Objectif : proposer à ces patrons d'âge et d'environnement sociologique identiques un programme d'activités leur permettant d'apprendre, partager et networker. Le réseau YCN est présidé par Bruno Venanzi (CEO de Lampiris).

**POP-UP :** assurément l'évènement phare de ces derniers mois. Se voulant « le 15 août des entreprises », POP-UP a réuni 4.000 cadres et dirigeants en juin dernier. Une affluence record pour une édition 2014 placée sous la thématique du safari. Déjà sur rails, l'édition 2015 prendra quant à elle des allures de western. Rendez-vous est d'ores et déjà donné le jeudi 18 juin prochain.

POP-UP : un décor conçu par la société liégeoise TwoDesigners

INTERVIEW

## Christophe Mausen,

**Directeur commercial, membre du Comité de Direction**

# « Le networking pour le networking est mort »

### Depuis 20 ans, la CCILVN est active dans le networking. Un secteur dans lequel elle a joué un rôle de précurseur?

**C.M.:** « C'est exact. Voici 20 ans, nous étions à peu près le seul opérateur, en région liégeoise, à organiser des événements d'affaires réguliers. À l'époque, nous réunissions 10 fois par an un peu plus de 150 dirigeants à l'occasion de nos *Déjeuners d'affaires*. Des événements tenus sur le temps de midi et rassemblant un public somme toute assez âgé. Au tournant de l'an 2000, nous avons eu la conviction qu'il y avait moyen de faire plus, qu'il y avait matière à développer une véritable offre de networking à Liège. Cela peut aujourd'hui prêter à sourire mais nous avons été les premiers à organiser des événements business en soirée où l'on ne mangeait pas assis autour d'une table. Nous avons créé une ligne de produits récurrents, labellisés et dotés d'une image de marque. Certains se souviendront ainsi de nos *Business Cards Meetings* (BCM), des *Diners Carrousels* ou des soirées *Entre'Preneurs*. Nous avons également voulu nous montrer précurseurs en délaissant les traditionnelles lettres circulaires pour des cartons d'invitation au design recherché. Un élément distinctif qui a indéniablement concouru à notre succès. À l'époque, nous étions considérés comme les pionniers du marketing relationnel festif. »

### Depuis lors, le secteur du networking a bien évolué…

**C.M.:** « C'est peu de le dire. L'offre, tout d'abord, s'est considérablement densifiée. Des after-works fleurissent de tous côtés mêlant, en termes d'organisation, le pire et le meilleur. Désormais, tout chef d'entreprise a la possibilité de participer chaque soir à, au moins, un évènement. Parmi ces différentes invitations, il doit nécessairement opérer des choix. Ensuite, les exigences des participants ont fortement évolué. Par le passé, nombre de personnes venaient dans le seul but d'élargir leur réseau et se faire connaitre de la communauté économique locale. Aujourd'hui, beaucoup confondent, à tort, networking et vente. S'ils ne ressortent pas d'un event avec un bon de commande, ils sont déçus. C'est une mauvaise interprétation du concept probablement héritée d'une certaine culture de l'immédiateté. Les participants aspirent, par ailleurs, à un besoin permanent de nouveauté. La formule des *Business Cards Meetings* a performé durant 15 ans. Une telle longévité n'est plus envisageable aujourd'hui. Enfin, les participants attendent désormais du contenu : une conférence, une visite ou un élément exceptionnel (par exemple, la tenue de Meet'In Liège sur la pelouse du Standard). Le networking pour le networking est résolument mort. »

### Cette évolution a-t-elle un impact sur la fréquentation des évènements organisés par la CCI?

**C.M.:** « La réponse est paradoxale. Les habitués de nos soirées ont sans doute l'impression qu'il y a moins de monde que par le passé. C'est exact MAIS en valeur absolue, nous n'avons jamais drainé autant de participants (ndlr : 8.500 en 2014). La raison est simple : nous avons segmenté notre offre pour répondre aux attentes de publics différents en termes d'âge, de formation, de localisation…Notons, par ailleurs, que nous sommes aujourd'hui capables de rassembler 4.000 cadres et dirigeants à l'occasion d'un évènement tel que POP-UP : une affluence jamais atteinte par le passé. Des chiffres rendus possibles grâce à la notoriété croissante de la CCI dans les milieux d'affaires. »

### Certains participants jugent les prix trop élevés…

**C.M.:** « Oui, et cependant, si l'on observe objectivement l'évolution des prix au cours des 10 dernières années, on constate une certaine stabilité. Par exemple, en 2006, la participation à *Entre'Preneurs* s'élevait à 100 €. Il en est de même, 9 ans plus tard, pour *MADE IN* le concept qui lui a succédé. Si nous avons réussi à ne pas augmenter nos tarifs alors que tous les frais corollaires à l'organisation d'un évènement ont crû, c'est grâce à l'apport de sponsors toujours plus nombreux. Notons, dans ce cadre, que le sponsoring à la CCI représente aujourd'hui une rentrée de près de 700.000 €. »

### La CCI lance régulièrement de nouveaux concepts évènementiels. Qu'est-ce qui vous guide dans la conception d'un produit?

C.M. : « L'écoute du marché, même s'il ne faut pas espérer que celui-ci vous glisse des propositions toutes faites. Nous avons métabolisé quelques clients-types auxquels nous pensons lorsque nous mettons au point un produit : Est-ce que celui-ci les intéressera ? Est-ce qu'il répondra à leurs besoins ? Nous ne sommes jamais passés par la case étude de marché. Une fois le concept ficelé, nous le testons immédiatement auprès du public. Si la sauce ne prend pas, nous le modifions ou le sortons simplement de notre gamme. Ce n'est pas vécu comme une défaite. Nous en tirons des enseignements qui nous permettront de faire mouche au coup suivant. »

### Apprendre de ses pairs

La mise en réseau, c'est bien évidemment des évènements… mais pas seulement. Au sein de la CCI, les contacts naissent également au sein de l'un des 21 groupes de partage d'expérience. Au cours de ces réunions mensuelles, les participants discutent entre pairs dans le but d'apprendre des erreurs des autres et s'inspirer de leur réussite. En la matière, deux formules existent :

- **Alter Ego :** pion majeur de la CCI depuis 20 ans, ce produit a connu des appellations diverses : (ADE (Association des Directeurs d'Entreprise), PLATO, Focus) avant d'être rebaptisé Alter Ego. En deux décennies, la formule a évolué pour devenir plus attractive. Sa philosophie reposant sur le pouvoir de l'intelligence collective est toutefois restée inchangée. Une philosophie à laquelle la CCI croit mordicus et plus que jamais tant il est déterminant, en ces temps de crise, de s'ouvrir aux autres pour trouver chez eux des recettes de succès. Alter Ego compte aujourd'hui 16 groupes s'adressant à 9 profils différents : n°1 d'entreprise, conseillers en prévention, DRH, managers, commerciaux, responsable qualité, responsable environnement, courtiers et assistante de direction.
- **CNN (CCI N°1 Network) :** organisé dans le même esprit qu'Alter Ego, CNN s'adresse aux dirigeants d'entreprise employant plus de 30 collaborateurs. À la différence de l'APM ou du Groupement des chefs d'entreprise du Québec, CNN se veut un mix entre conférences et partage d'expérience. La richesse naissant de la diversité, la formule accueille à la fois des patrons propriétaires et des managers professionnels, des autodidactes doté d'une grande expérience de terrain et des dirigeants ayant accumulé les diplômes. Chacun s'enrichit du background de l'autre pour trouver des solutions se trouvant en dehors de son périmètre de réflexion. Tout comme Alter Ego, CNN affiche un haut degré de satisfaction. Pas moins de 80 dirigeants répartis dans 5 groupes suivent actuellement ce programme.

Une séance CNN rythmée par des jeux de rôles illustrant certains éléments-clé de la gestion du changement du point de vue du dirigeant.

## Information

### Des médias…

Combien de chefs d'entreprise ont-ils le temps de parcourir la presse chaque matin ? Peu, assurément. Pour répondre au besoin d'information de ce public en manque de temps, la chambre de commerce a développé divers outils dont la très appréciée **Revue de Presse**, une newsletter au succès non démenti depuis 8 ans. Véritable condensé journalier des articles économiques parus dans les médias (quotidiens, hebdos, médias online, télévisions locales…), elle est expédiée sous le coup de 11 heures aux 11.000 abonnés figurant dans les tablettes de la CCI. Sur une année, pas moins de 1.800 articles sont ainsi résumés avant d'être relayés.

Outre son intérêt informatif, la Revue de Presse s'est également avérée être un véritable outil pour concrétiser des affaires. Ainsi, dans une récente enquête menée par la CCI, 20 % des lecteurs ont affirmé avoir un jour fait du business grâce à la Revue de presse ; la rapidité et l'exhaustivité de l'information leur ayant permis de se positionner habilement sur certains marchés. Dans ce cadre, les news *Faillites & Constitutions* (= la liste hebdomadaire des faillites et constitutions en provinces de Liège et de Namur) et *Permis d'urbanisme* (= la liste des dernières demandes de permis d'urbanisme émanant des différentes communes de Belgique) sont particulièrement parcourues.

Autre élément majeur de ce métier d'information : le magazine **CCImag'**. Mensuel des Chambres de Commerce de Wallonie, sa volonté est de parler d'économie à hauteur d'Hommes. Une ligne éditoriale gagnante puisque la dernière étude Cadres et Dirigeants (seule étude d'audience se penchant sur les médias lus par ce public) a placé CCImag' en tête des magazines business lus par les cadres wallons. Ce, devant certains ténors du secteur. Édité à 8.000 exemplaires, CCImag' est exclusivement financé par ses recettes publicitaires.

### …. et des conférences

Initialement proposé en province de Namur, le programme **matins sûrs** connait, depuis 2012, un joli succès auprès des entreprises liégeoises. Destiné aux conseillers en prévention et responsables sécurité, ce cycle de 9 séminaires orientés « Prévention et Bien-être au travail » a ainsi rassemblé 370 participants l'an dernier. Organisée une fois par mois (une fois à Liège, une fois à Namur), chaque séance est l'occasion de faire le point sur la législation en vigueur et à venir, d'écouter l'intervention d'un expert en binôme avec une entreprise témoin et d'illustrer, le cas échéant, certaines thématiques par une visite d'entreprise ou un atelier visant à favoriser les échanges entre participants. En 2014, des sujets tels que la politique de prévention collective et de gestion individuelle du stress, l'accueil en toute sécurité des intérimaires/étudiants ou le travail en hauteur ont été abordés dans le cadre de ce programme.

Notons, enfin, que l'offre de la CCI en matière d'information se complète par des **conférences et séminaires** organisés de manière ponctuelle sur des sujets variés (le patrimoine du dirigeant d'entreprise, le risque de black-out, le « Market Access Database », les nouvelles mesures gouvernementales…)

## Les formalités à l'export

Le soutien au commerce international est l'une des missions phare des CCI à travers le monde. La CCILVN ne déroge pas à cette règle. En un seul lieu, son guichet permet à tout exportateur de trouver tous les documents nécessaires à la grande exportation comme à l'exportation temporaire (certificats d'origine, carnets ATA, visa de documents…)

**INTERVIEW**

### Gabrielle Vande Velde,

**Responsable Formalités Export à la CCILVN**

**▸ Comment ont évolué les procédures export au cours des dernières années?**

**G.V.V.:** « C'est un secteur qui s'est considérablement digitalisé. Si l'on observe l'émission des certificats d'origine, on constate ainsi qu'au cours des 5 dernières années, nous sommes passés de 9 à 81 % de demandes on-line via la plateforme Digichambers. Les carnets ATA se détournent également du papier puisque, depuis ce 1er janvier 2015, leur délivrance se fera exclusivement on-line au travers de la formule E-ATA. Cette mutation du secteur est en phase avec l'évolution des technologies et les attentes des entreprises. »

**▸ Quel est le degré de satisfaction des sociétés recourant à ces services on-line?**

**G.V.V.:** « Les entreprises l'utilisant sont globalement satisfaites. Cette modernisation de la démarche leur permet de gagner du temps, de faciliter leurs démarches, d'éviter les retards ou perte de courrier, d'effectuer des rectifications instantanément, de conserver des « templates » de leurs documents, d'imprimer elles-mêmes leurs certificats… Les avantages sont donc nombreux et indéniables. »

**▸ Comment la CCI accompagne-t-elle les entreprises dans ce passage vers le digital?**

**G.V.V.:** « La plateforme Digichambers ne réclamant aucune connaissance spécifique, son utilisation est élémentaire et intuitive. Nous aidons, toutefois, les entreprises désireuses via des formations au sein de leurs bureaux, l'installation de la plateforme sur leur poste de travail, un suivi téléphonique, une prise de possession de l'ordinateur à distance et un helpdesk. »

### Sans oublier

Une PME sur trois rencontre des problèmes à la douane. Parmi ces entreprises, 49 % disent avoir du mal à trouver une information et 17 % reconnaissent passer plus d'une heure à trouver une solution. Forte de ce triple constat, la CCI propose aux entreprises des **formations douanes**. La formation de base permet aux participants d'appréhender le jargon, les droits et devoirs, les missions de chacun ; de comprendre les techniques douanières, les documents, les procédures, les destinations, les missions de l'Administration des Douanes et Accises… Des formations spécifiques sont également proposées aux entreprises ayant déjà suivi la formation de base et souhaitant approfondir certains sujets (l'origine préférentielle, statut AEO, entrepôt douanier, valeur en douane…) Une trentaine de sociétés ont suivi ces formations en 2014.

> « Si l'on observe l'émission des certificats d'origine, on constate qu'au cours des 5 dernières années, nous sommes passés de 9 à 81 % de demandes on-line via la plateforme Digichambers. »

Parallèlement à l'international, les marchés flamands et bruxellois constituent aussi de réelles opportunités d'affaires. Pour aider les entreprises à les saisir, la CCI propose **VIAVIA**, un programme favorisant la découverte de ces marchés. Les actions proposées s'articulent, notamment, autour d'un cycle de 5 ateliers sur « Comment développer son chiffre d'affaires en Flandre ? », la participation à des salons et des visites d'entreprises.

### QUELQUES CHIFFRES

**(en base annuelle) :**

- Certificats d'origine : plus de 9.000 certificats émis
- Carnets ATA : 90 carnets délivrés
- Dossiers ambassades : 400 dossiers traités
- Légalisations : 5.000 légalisations diverses
- Traductions : 400 demandes traitées
- Secrétariat d'intendance à l'exportation : plus de 300 réponses apportées

## La CCI c'est aussi…

Parallèlement à ces trois métiers stratégiques, la CCILVN compte quelques produits ne rentrant pas dans ce cadre. Ces services singuliers, la chambre n'a pas voulu y renoncer car ils répondent, depuis plusieurs années, aux besoins du marché.

C'est, notamment, le cas des **Tables de Conversation**, une méthode d'apprentissage des langues focalisée sur la pratique orale. Encadrés par un *native speaker*, les participants se retrouvent une fois par semaine, sur le temps de midi, pour discuter en toute convivialité dans la langue de leur choix (anglais, néerlandais ou allemand). Que l'on soit patron, secrétaire ou directeur financier, ce n'est pas la fonction qui compte pour intégrer un groupe mais le niveau de connaissance en langue. Le succès de la formule est grandissant. Pas moins de 275 participants répartis en 52 tables ont ainsi adhéré au concept en 2014. Le prix, la simplicité, la qualité des professeurs, l'approche non-académique et le peu de temps mobilisé, même dans un agenda chargé, sont autant d'éléments concourant au succès des Tables de Conversation. Soucieuse d'éviter tout malentendu, la CCI précise que ce produit ne subtilise en aucun cas du business aux écoles de langues ou autres organismes de formation. Aucun enseignant n'est ainsi engagé par la CCI qui s'appuie toujours sur des sous-traitants. La chambre crée donc une offre qu'elle redistribue, ensuite, au marché.

Autre service original : les **Groupements d'employeurs**, un dispositif légal permettant à des entreprises de se regrouper pour engager ensemble un collaborateur, partageant ainsi son temps de travail et son salaire. Bien qu'il soit encore méconnu de nombreuses sociétés, la CCI croit dans ce concept novateur foncièrement dans l'ère du temps. Le gouvernement a adopté, au mois de mai dernier, un projet de loi élargissant la formule et en assouplissant certaines conditions. Une évolution sur laquelle la CCI entend bien surfer pour doper ce concept.

**INTERVIEW**

## Thierry Streel,

**Directeur général de la CCILVN**

Depuis deux ans, Thierry Streel occupe le poste de Directeur général de la CCI Liège-Verviers-Namur. Affichant une vingtaine d'années d'expérience dans le monde de l'entreprise, cet ingénieur agronome a pratiqué l'opérationnel dans des secteurs variés (agro- alimentaire, industrie chimique & pharmaceutique, engineering, ...) Il nous explique en quoi la CCI n'est pas une entreprise comme les autres. *« Mon parcours industriel m'a permis d'appréhender les sciences exactes et appliquées. Un univers bien éloigné de ma fonction actuelle. Contrairement à d'autres sociétés, le métier de la CCI est particulièrement difficile à modéliser. Un fabricant de béton, par exemple, sait qu'au cours des prochaines années, il fabriquera du béton. Certes, son produit ou ses machines vont peut-être évoluer mais le cœur de son métier restera inchangé. Il connaît son horizon à 12 mois, 24 mois voire au-delà. À la CCI, la réalité est tout autre. Bien évidemment, notre mission demeure mais nous ignorons, à moyen terme, les produits au travers desquels elle sera traduite. Chaque année, il faut remettre l'ouvrage sur le métier. »*

Cette réalité, Thierry Streel ne l'avait pas perçue lorsqu'il était membre de la CCI. *« Vu de l'extérieur, les choses paraissent en effet limpides. Vu de l'intérieur, la réalité est complexe, voire entortillée. Nous devons en permanence nous creuser les méninges pour proposer des services séduisants correspondant aux besoins des entreprises. Ces derniers évoluent en permanence et de plus en plus vite. Le cycle de vie de nos produits ne cesse ainsi de se réduire. Quand les gens sont venus x fois à un événement, en dépit de leur degré de satisfaction, ils veulent tester autre chose. Nous nous adressons par ailleurs à un public hétéroclite dont les attentes sont variées. Notre membership se compose de petites et de grandes entreprises, de cadres et de dirigeants, de juniors et de seniors, de diplômés et d'autodidactes, de Liégeois et de Namurois, d'industriels et de professions libérales, d'exportateurs ou non… Difficile donc de concevoir des produits apportant une satisfaction universelle. Raison pour laquelle notre gamme est savamment segmentée. Si l'on se penche sur ce que sera la CCI d'ici deux ou trois ans, nous savons que nous ferons encore du partage d'expérience, que nous informerons toujours les entreprises ou que nous organiserons assurément des activités de networking… Mais comment, nous l'ignorons. Dans notre secteur plus qu'ailleurs, les certitudes d'hier ne sont pas celles de demain. Quoi qu'il en soi, sur base d'un permanent travail d'intelligence collective, notre conviction se forge de plus en plus clairement, au travers d'une « structure ADN » pouvant s'articuler autour de 5 facteurs clés : ouverture d'esprit – anticipation - agilité – pragmatisme et valeur ajoutée. »*

# Au Programme de 2015

## Une application CCI

### Pourquoi développer une application mobile ?

La connaissance approfondie de son membership, combinée à une étude qualitative menée auprès de 80 n°1 d'entreprises de toutes tailles et de tous secteurs, ont permis à la CCI d'affirmer que son marché est à la fois mature, demandeur et motivé à l'idée d'expérimenter le networking « online » en complément du networking « offline » déjà largement assuré par la CCI.

### Deux « mégatrends » renforcent ce choix

- Répondre au concept « ATAWAD » (Anytime, Anywhere, Any device) est une obligation pour combler les besoins des entrepreneurs
- « SOLOMO » (Social, Local, Mobile) est une « mégatrend » sur laquelle la CCI veut immédiatement jouer un rôle prépondérant dans ses deux provinces en proposant le premier réseau social local réservé aux cadres, dirigeants et étudiants du supérieur (en classe terminale).

### Que contiendra cette application ?

Annoncée pour ce début d'année 2015, l'application de la CCI contiendra 4 éléments :

- Le Répertoire des Membres (équipé d'un outil de recherche et sélection)
- Le CCImag' agencé de manière à permettre une lecture fluide
- La Revue de Presse (historique des 7 derniers jours)
- L'agenda des activités de la CCI

### Objectif dans les 3 ans

- Construire une base de données de 30.000 contacts (Liège et Namur), accessible au départ d'un smartphone
- Créer le contexte idéal permettant la pratique du networking « online » entre les cadres et dirigeants au travers de ce nouveau réseau social local (en complément des 45 activités de networking « offline » déjà proposées par la CCI)
- Essaimer ce réseau sur l'ensemble du territoire wallon en vue de constituer une communauté de 100.000 utilisateurs

## Un service pour soulager votre trésorerie

Les impayés et retards de paiement sont responsables de plus de 25 % des faillites dans notre pays. Pour aider les entreprises confrontées à une trésorerie tendue à sortir la tête hors de l'eau, la CCI a tissé un partenariat avec Edebex, une société proposant aux entreprises d'optimiser leur trésorerie en vendant leurs factures clients à des investisseurs.

### Comment ça marche ?

- Le processus s'articule en 5 grandes étapes :
- le vendeur met sa facture en vente sur la plateforme développée par Edebex. La facture doit correspondre à une prestation terminée ou des marchandises livrées d'un montant compris entre 5.000€ et 99.000€ TVA comprise. Edebex vérifie la solvabilité du débiteur auprès d'Euler Hermes et propose un prix de vente au vendeur.
- Edebex valide la facture auprès du débiteur (montant, date de paiement…)
- Un investisseur achète la facture. Le vendeur est crédité dans les 72 heures.
- Le débiteur est informé de la cession de créance.
- A échéance, le débiteur paie l'acheteur.

Pour le vendeur, l'avantage principal réside dans le fait de disposer immédiatement de liquidités. Quant à l'investisseur, il dispose d'un moyen innovant et rentable pour valoriser ses excédents de trésorerie.

### Quel est le coût de ce service ?

Le coût de vente d'une facture se compose des éléments suivants : inscription à Edebex (150€ HTVA/an), frais de mise en vente (25€ HTVA), frais de services (2,75 % du montant de la facture) et discount acheteur (à partir de 0,75 % du montant de la facture). Grosso modo, le coût total s'élève à 4 % de la facture.

### Quelle différence avec le factoring ?

Trois différences majeures sont à pointer :

- Le système proposé se veut, tout d'abord, plus accessible. Contrairement au factoring, les sociétés recourant à ce service ne doivent pas nécessairement afficher un chiffre d'affaires supérieur à un million d'euros.
- Une plus grande flexibilité est offerte au vendeur qui a la liberté de décider quelles factures il va vendre et à quel rythme (contrairement au factoring qui contraint à vendre toutes ses factures pour une durée minimale d'un an).
- La cession est complète et définitive. Autrement dit, si le débiteur n'honore pas sa dette, c'est à l'investisseur d'en assumer les conséquences.

### Quel sera le rôle de la CCI ?

La CCI jouera le rôle d'interface commerciale, de go-between entre les entrepreneurs et Edebex. Avant de s'inscrire dans ce partenariat, la CCI s'est assurée de la fiabilité du système. La présence de personnes telles que Jean-Luc Louis, ex-CEO d'Euler Hermes et partenaire de longue date de la chambre a concouru à cette décision.

### Est-ce le métier de la CCI ?

Ce nouveau service ne s'inscrit pas dans les métiers stratégiques de la CCI mais épouse pleinement sa mission d'aider ses membres à développer leur entreprise.

# HOBECO

## Plus d'une brique à son arc

**Si vous êtes un habitué de la liaison E40-A602, vous n'avez pu la louper : l'enseigne Hobeco trône fièrement dans le ciel liégeois. Et pour cause, l'entreprise d'immobilier-construction s'érige comme une des plus dynamiques du secteur. Comptant 300 projets d'appartements en province de Liège, elle s'attèle également à la construction d'un centre d'affaires à Namur. Portrait !**

### Un Office Park très prisé

Nouveau venu dans la gamme de produits développée par Hobeco, l'Office Park d'Alleur affiche complet depuis plusieurs mois. Abritant des sociétés telles que CMI, Deloitte, ou Randstad, ce complexe à la fois sobre et moderne joue la carte de la performance énergétique. Il est ainsi considéré comme le plus important centre d'affaires basse énergie de Wallonie. Comportant 10.000 m² de bureaux et une surface quasi identique d'entrepôt, ce Business Park est déjà appelé à grandir puisqu'une extension de 4.400 m² sera sous peu réalisée. Une belle preuve de satisfaction et de confiance.

### À Liège mais aussi Namur

Sur sa lancée, l'entreprise dirigée par Tony Di Prima – actif depuis 30 ans dans l'immobilier - œuvre sur un autre chantier du même acabit en région namuroise : le Green Park de Jambes. Composé de 3 bâtiments de 3.000 m² chacun, ce centre d'affaires pourra abriter des entreprises dès cette année 2015. Des surfaces y sont à louer à partir de 25 m² pour un prix annuel de 155 € le m².

Représentant un investissement de 22 millions d'euros, le Green Park allie confort et efficience environnementale. À l'instar de l'Office Park d'Alleur, il présente l'avantage d'être situé à proximité d'un vaste réseau autoroutier et de la gare. *« Cette proximité répond à une réflexion stratégique axée sur la facilité des déplacements exigée par la société actuelle et nos clients. »*

### Un core business résidentiel

En dépit des projets à succès menés en provinces de Liège et de Namur, la construction de centres d'affaires n'est pas le cœur de métier d'Hobeco. Celui-ci est en effet centré sur l'habitation résidentielle. Ses points forts : la prise en compte permanente des aspects énergétiques (déclinés du standard traditionnel jusqu'au basse énergie), un suivi rigoureux des aspects financiers et une exigence de qualité faisant partie de son ADN. Autre atout dans le jeu de Tony Di Prima, les facilités de paiement proposées par Hobeco : *« Nous fonctionnons avec 100 % de garantie bancaire, les clients nous payent à remise des clés »*. Une assise financière qui rassure et permet de ne pas acheter un chat dans un sac mais un bien bel et… bien fini.

Dynamique et attentive aux besoins du marché, Hobeco a dans ses cartons de nombreux projets d'appartements en région liégeoise (300 unités) ainsi qu'un nouveau produit de résidence-service adapté à la vie des personnes du 3e âge et à leurs contraintes.

Chez Hobeco, on a résolument plus d'une brique à son arc.

**Hobeco :**
Avenue Alfred Deponthière n°46 Boîte 1 à 4431 Loncin – Tél. : 0800 980 90 – info@hobeco-construct.be
**www.hobeco-construct.be**

Cet article n'engage pas la rédaction.

# COMMENT VOI 2015 ?

**Le redressement économique aura-t-il lieu en 2015 ? Cette question que se posent nombre de chefs d'entreprises, nous l'avons adressée à cinq personnalités au regard avisé. Des réponses en demi-teinte laissant augurer une nouvelle année complexe.**

ALAIN BRAIBANT

## VINCENT REUTER

**(Administrateur délégué de l'Union Wallonne des Entreprises)**

## 2015 sera encore difficile pour les entreprises wallonnes

> « À quand l'exonération de 85 % de la taxe de surcharge promise aux entreprises ? »

« Le gouvernement fédéral a prévu de bonnes mesures en matière de réduction des charges salariales et cela ne peut que réjouir l'UWE. Ce que je crains, c'est que le gouvernement recule face aux mouvements sociaux car la diminution du coût du travail est un élément essentiel de la relance. Ce recul n'aurait pas d'impact immédiat mais ce serait un très mauvais signal qui pourrait entamer la confiance et ralentir les investissements.

Ceci dit, il y a des éléments encourageants au plan international, notamment, la baisse de l'euro par rapport au dollar, qui rend les produits européens plus compétitifs, et la chute du prix du pétrole. Par contre, la demande en provenance des pays émergents comme la Russie, pour les raisons que l'on sait, l'Inde, le Brésil et même la Chine diminue. Et puis, il y a surtout les indicateurs économiques défavorables des deux principaux partenaires commerciaux de la Wallonie, à savoir l'Allemagne et le France. En Wallonie même, la demande restera faible en 2015, Ce sera encore une année difficile, avec un taux de croissance de moins de 1 % contre 1,3 % pour l'ensemble du pays.

Ici aussi, il y a néanmoins des points positifs, en particulier la nouvelle mouture du plan Marshall qui met l'accent sur le numérique et la réindustrialisation à travers l'économie circulaire. Cette nouvelle orientation n'aura pas non plus d'effet immédiat sur l'économie wallonne mais le fait que ce soit la troisième législature d'affilée qui confirme le plan, avec des pôles de compétitivité dans lesquels les chefs d'entreprise sont directement impliqués, est un gage de crédibilité.

Mais si le plan Marshall est nécessaire, il n'est pas suffisant. Il faut donner aux entreprises les moyens indispensables à leur développement : le coût du travail est trop élevé mais aussi et surtout en Wallonie, le coût de l'énergie, en particulier celui de la distribution de l'électricité. Quand sera appliquée l'exonération de 85 % de la taxe de surcharge promise aux entreprises ?

Enfin, il faut absolument améliorer la formation, la mettre en adéquation avec le marché du travail, mieux informer les jeunes sur les filières porteuses d'emploi. Les entreprises wallonnes ont un urgent besoin de travailleurs performants. Les acteurs de la formation, en particulier le Forem, ont un rôle essentiel à jouer. 15 % des jeunes qui quittent l'enseignement sans diplôme, c'est insupportable ! »

# ENT-ILS

## BRUNO COLMANT

**(Professeur de finances à l'école Solvay de l'ULB)**

## Le danger déflationniste

« Pour 2015, la Banque Centrale Européenne doit absolument réinjecter des liquidités dans l'économie. Il faut 1.000 milliards d'euros pour sortir de la déflation. Sinon, nous connaîtrons un scénario à la japonaise. La déflation, c'est une configuration qui est très mal connue des experts. Il y a eu très peu de cas dans l'histoire. Ça s'est présenté en France à la fin du XIXe siècle, puis en Europe entre 1933 et 1935 et enfin au Japon en 1990 où ça dure encore. La déflation, c'est un état très singulier de l'économie. Les prix baissent. Les ménages repoussent leurs achats. Les entreprises repoussent leurs investissements. Plus personne ne gagne d'argent. C'est comme si l'économie était frigorifiée. C'est pour ça qu'il faut recréer de l'inflation en injectant des billets dans l'économie. Le salaire minimum a été instauré en Allemagne pour redonner de la vigueur à l'économie. Quel que soit le taux de croissance de l'Allemagne, il a un effet sur l'économie belge et wallonne. Si la demande est soutenue en Allemagne, nos entreprises ont des commandes. Si le rythme allemand se tasse, le nôtre se tasse aussi. Or, les Allemands, pour des raisons historiques, ont une grande peur : l'hyperinflation. C'est à eux qu'il va falloir s'opposer pour obtenir que la BCE combatte la déflation.

J'ai peu de raisons d'être optimiste pour 2015. Et c'est en particulier à cause de la déflation qui va s'incruster pour la première fois. Les prix du pétrole qui s'écrasent, ce n'est pas seulement une bonne nouvelle pour les consommateurs. C'est un signe déflationniste. Ça veut dire que les entreprises produisent moins, même s'il ne faut pas exclure des raisons géopolitiques à cette baisse.

Du côté des mesures annoncées par le nouveau gouvernement fédéral, la baisse du taux d'imposition des entreprises risque d'être « mangée » par la diminution de l'avantage fiscal des intérêts notionnels. Ce gouvernement a été tellement difficile à former que les mesures de relance de l'économie semblent être passées au second plan.

La Région wallonne comprime ses coûts administratifs mais, élément positif, elle continue à développer les pôles de compétence. Elle avait prévu de taxer les dépenses d'outillage des entreprises. C'était une mauvaise idée qui aurait découragé les investissements productifs. Elle y a heureusement renoncé.

> « Il faut 1.000 milliards d'euros pour sortir de la déflation. »

Le problème spécifique de la Wallonie, c'est la formation. Si ce sont toujours les grandes entreprises qui créent de la richesse, ce sont les PME qui créent de l'emploi. Or, les PME ont besoin de travailleurs formés. Et toutes les études montrent que les chômeurs wallons sont essentiellement des gens qui sont trop peu formés ou qui ne le sont pas du tout.

En résumé, je ne vois pas le chômage baisser en 2015. La digitalisation de l'économie détruit de l'emploi. Si on prend l'exemple d'Amazon, le travail assuré pour les facteurs et les livreurs privés ne compense pas les postes perdus dans les commerces. À l'échelle de la Belgique, ça fait 500.000 emplois menacés dans une période de trois à sept ans dans le secteur tertiaire, mais là, c'est principalement à Bruxelles. »

# COMMENT VOIENT-ILS 2015 ?

## JOHAN LAMBRECHT

**(Professeur à la KUL, spécialiste des entreprises familiales)**

## Un optimisme prudent

> « Il n'est pas possible d'augmenter constamment la valeur ajoutée de nos produits pour compenser le coût des rémunérations. »

« Les perspectives économiques sont plus favorables qu'il y a un an. Les prix pétroliers en baisse vont augmenter le pouvoir d'achat et la demande des consommateurs. D'autre part, l'euro meilleur marché par rapport au dollar rend les produits européens plus compétitifs et cela, c'est évidemment bon pour les exportations. En outre, les estimations de la Banque Nationale et de l'OCDE prévoient pour la Belgique une croissance de 1,4 à 1,6 % en 2015.
Certaines mesures gouvernementales sont aussi encourageantes car elles devraient contribuer à une diminution du coût salarial, ce qui est absolument indispensable. Le ratio entre la valeur d'un produit et le coût salarial ne cesse d'augmenter, il atteint aujourd'hui un taux de 90 %, en clair pour une marchandise qui vaut 100 €, les salaires pour la produire s'élèvent à 90 €, ce n'est pas tenable ! Et la politique du gouvernement Di Rupo n'a rien arrangé avec, par exemple, l'augmentation de 10 % à 25 % du taux de taxation sur le bonus réalisé lors de la liquidation d'une entreprise.
La compétitivité des PME est sans cesse menacée et la Belgique perd régulièrement des parts de marché à l'étranger car il n'est pas possible d'augmenter constamment la valeur ajoutée de nos produits pour compenser le coût des rémunérations, salaires et pensions. Une des conséquences de ces charges beaucoup trop lourdes sur le travail, c'est aussi le fait que beaucoup de PME ont de gros problèmes de liquidité.
Dès lors, j'espère qu'en 2015, tous les partenaires sociaux prendront leurs responsabilités et qu'on laissera une chance aux mesures gouvernementales qui, à mes yeux, sont absolument indispensables. Mais on sait qu'il y a parfois un fossé entre les mots et les actes ! Attendons donc de voir ce que le gouvernement décidera et appliquera réellement…
Autre inquiétude : le climat social. Les entreprises ont besoin de stabilité et à ce sujet, les grèves sont évidemment très mauvaises.
Je suis donc optimiste mais avec prudence. La diminution des charges salariales et sociales et l'augmentation du taux de croissance peuvent avoir un impact positif sur la santé des entreprises et donc sur l'emploi mais l'économie belge restera fragile en 2015. Ce qui est important, ce n'est pas la quantité d'entreprises mais leur qualité et leur solidité. »

## ETIENNE DE CALLATAY

**(Chief economist à la banque Degroof)**

## À moyen terme, le saut d'index aura un impact positif

« Pour l'Europe, on espérait une croissance de 1 % en 2014. La zone euro n'a atteint que 0,8 %. Globalement, le contexte est celui d'une croissance faible. Un accident qui s'explique par le fait que l'Allemagne a déçu. L'adoption du salaire minimum n'a pas joué, puisque la mesure n'est entrée en vigueur que cette année. Le conflit russo-ukrainien a donné des frayeurs aux Allemands et à leurs partenaires économiques polonais. Autre facteur : la baisse des prix du pétrole. Pour les consommateurs, c'est évidemment une bonne nouvelle. Mais les Allemands vendent beaucoup aux pays du Golfe persique. Et les clients de cette région qui lorgnaient la BMW Série 7 se sont rabattus sur la Série 5. La valeur des exportations allemandes a diminué. Or, la Wallonie est un sous-traitant de l'Allemagne. Tout ce qui l'affecte nous affecte de la même manière.

Globalement, 2015 devrait connaître une amélioration modérée. La baisse de l'euro jouera en faveur de la compétitivité européenne. La faiblesse des taux d'intérêt devrait inciter à consommer et à investir.
En ce qui concerne la Wallonie, on peut penser que les choses vont connaître un mieux, mais par rapport à la moyenne européenne, l'écart va se dégrader. Simplement parce que des pays comme l'Espagne, la Grèce et l'Irlande, qui ont récemment tiré l'économie européenne vers le bas, vont maintenant connaître une croissance supérieure à celle de la zone euro.

Le saut d'index annoncé par le gouvernement fédéral aura des conséquences positives à moyen terme. Les salaires belges ont eu tendance à augmenter plus vite que ceux de nos partenaires commerciaux. Cela rend nos produits plus coûteux et ça crée un problème d'emploi plus aigu chez nous que chez nos partenaires, avec une conséquence, c'est que le pouvoir d'achat

> « La Wallonie est un sous-traitant de l'Allemagne. Tout ce qui l'affecte nous affecte de la même manière. »

des ménages diminue. À court terme, ce saut d'index va freiner la consommation. Mais c'est une mesure nécessaire pour préserver et développer l'emploi.
Le gouvernement wallon, lui, a été un peu frileux dans sa refonte du bonus-logement. Il aurait fallu être plus radical. Le premier effet de ce cadeau fiscal aux ménages, c'est de toute façon de faire grimper les prix de l'immobilier. Quant au retour de la taxe sur l'outillage des entreprises, il était difficile à comprendre. C'est une mesure qui aurait renchéri les investissements et contribué au chômage, même si son effet n'était pas chiffrable avec précision. Le gouvernement wallon a heureusement renoncé à cette mesure qui obscurcissait le message du plan Marshall,

Pour 2015, il faut être raisonnablement optimiste. La Wallonie va aller un peu mieux, mais le chômage ne va pas chuter brutalement. »

## PASCALE DELCOMMINETTE
**(Directrice générale de l'AWEX)**

# En 2015, le salut viendra de la grande exportation

« Pour les exportations wallonnes, 2014 avait très bien commencé avec une croissance de 3,6 % pour le premier semestre. Ainsi, le premier trimestre de 2014 fut le quatrième consécutif au cours duquel la Wallonie a vu ses exportations augmenter. Hélas, le climat économique a commencé à se détériorer dans l'ensemble de la zone euro dans le courant du printemps 2014. La crise russo-ukrainienne, notamment, a plombé la reprise qui s'amorçait et le second semestre a été caractérisé par un net ralentissement des activités : chute des carnets de commandes et une croissance zéro des exportations !
Heureusement, des signes positifs sont apparus hors Europe pendant la même période et la Wallonie a renoué avec la croissance à la grande exportation : plus 2,7 % pour le second semestre. Cette amélioration a été favorisée en particulier par la reprise aux États-Unis qui, avec un total de 6 % des exportations wallonnes sont, rappelons-le, le premier client des entrepreneurs wallons en dehors de la zone euro.
Ce qui est encourageant, c'est que, selon les experts, notamment du FMI, cette tendance devrait se confirmer en 2015, non seulement aux USA mais aussi dans les pays d'Extrême Orient où les exportations wallonnes ont déjà augmenté de 5,7 % dans la seconde partie de 2014 et ce, en dépit d'un certain ralentissement des économies chinoise et indienne.

Ce signal positif venu d'Amérique du Nord et d'Asie peut avoir une influence favorable sur la situation économique de la zone euro elle-même et rendre confiance aux investisseurs.

Fin 2014, nous avons déjà prospecté la Malaisie et Singapour. Personnellement, je me suis rendue en Indonésie où les potentialités sont énormes, par exemple dans le secteur des produits halal. En 2015, 65 % des actions de l'AWEX se feront donc hors Europe : nous participerons à de nombreuses foires en Asie, une grande mission sera organisée en Chine et à Taïwan en novembre prochain. Il devrait aussi y avoir une mission princière dans cette région du monde au printemps et nous prévoyons déjà de nous attaquer à la zone ASEAN (Asie du Sud-Est) au début de 2016. »

> « En 2015, 65 % des actions de l'AWEX se feront hors Europe. »

AQUA VITAL
WATERCOOLERS

L'eau de source la plus vendue dans les entreprises!

Faites un essai gratuit!

Nous vous offrons 120 litres d'eau!*

Contact: 02 / 219 40 99

* sous réserve de la conclusion d'un contrat de location.

EY
Building a better working world

EY en Wallonie:
une équipe multidisciplinaire

Audit | Comptabilité | Fiscalité | Conseils | Transactions

EY Wallonie vous offre un éventail de services haut de gamme notamment en matière d'audit, de comptabilité, de fiscalité, de consultance, de services juridiques et de services spécialisés.

La flexibilité de structures locales, alliée à la puissance d'un réseau international, constituent les atouts incontestables d'une équipe motivée et dynamique.

Nos bureaux en Wallonie
Liège - Gosselies - Mons - Tournai
Tél: 04 273 76 00 - cathy.meuleman@be.ey.com

ey.com/be

© 2014 EYGM Limited.

Utilisez le carnet ATA pour vos exportations temporaires!

Vous participez à un salon commercial? Une exposition? Un concours de sport?

Vous souhaitez soumettre des prototypes et échantillons commerciaux à vos clients étrangers?

Vous tournez un film ou un reportage hors Union européenne?...

ATA carnet

Le carnet ATA vous simplifie grandement la tâche en minimisant les formalités administratives et les frais généralement liés à la clôture et à la récupération de cautions pour chaque pays visité! Grâce à ce document unique, proposé par votre CCI locale, vous pourrez voyager pendant un an dans plus de 40 pays, hors Union européenne, membres de la chaîne ATA.

Belgian Chambers

Federation of Belgian Chambers of Commerce

www.mwp.be

cci mag'

"Le Business news magazine" des CCI wallonnes

INFOS:
Solange NYS
solange@ccimag.be

UTILISEZ-LE POUR VOTRE COMMUNICATION
VERS LES ENTREPRENEURS DE WALLONIE

## Pression des coûts comme moteur du changement

D'après une étude de KPMG, 67 % des entreprises belges prévoient un changement de leur modèle d'affaires d'ici 2020 et deux entreprises belges sur trois, un grand changement (12 %), ou du moins un changement raisonnable (55 %). Cela concerne principalement le secteur Information, communication et événementiel (88 %), de l'automobile (83 %), des banques et des assurances (78 %) ainsi que le secteur public et des soins de santé. En particulier, plus de 80 % d'entre elles estiment que c'est la pression importante des coûts (80,6 %) et de l'innovation (83,6 %) qui les obligera à opérer ce changement. Quant aux facteurs de succès, les répondants voient le leadership, la formation et les ressources humaines.

## Voiture de société: cotisation pour 2015

Un employeur est redevable d'une cotisation de solidarité sur l'avantage résultant de l'utilisation à des fins privées de la voiture qu'il met à la disposition de son travailleur. Et elle est égale à l'[(émission de $CO_2$ x 9 €) – 768 (essence) ou 600 (diesel) ou 990 (LPG)] /12. Cette formule doit être indexée au 1er janvier de chaque année. Par conséquent, il convient de multiplier le résultat de cette formule par un coefficient d'indexation qui, pour 2015, passera de 1,2048 à 1,2051. Attention, à partir du 1er janvier 2015, la cotisation de solidarité ne pourra jamais être inférieure à 25,10 euros.

## Le SBA wallon manque encore d'intensité

Le Conseil économique et social de Wallonie (CESW) estime que le SBA wallon - Small Business Act wallon - manque d'intensité. Une dynamique de renforcement de la cohérence de la politique PME en Wallonie a été lancée en 2011 au travers d'un SBA wallon. Et l'entrepreneuriat, l'internationalisation, le financement et l'innovation furent jugés prioritaires. Mais le SBA manquerait d'envergure en raison, notamment, de l'ampleur plutôt modeste de certaines actions ; de l'absence d'une évaluation de chaque action prise individuellement qui permettrait pourtant de conserver et renforcer les plus efficaces d'entre elles et de réorienter, voire arrêter les moins pertinentes ainsi qu'en raison de la mobilisation insuffisante de certains opérateurs, organismes d'intérêts publics (OIP) qui n'ont pas intégré les orientations du SBA dans leurs priorités.

## La Belgique présente un risque de non-conformité avec le pacte européen de croissance

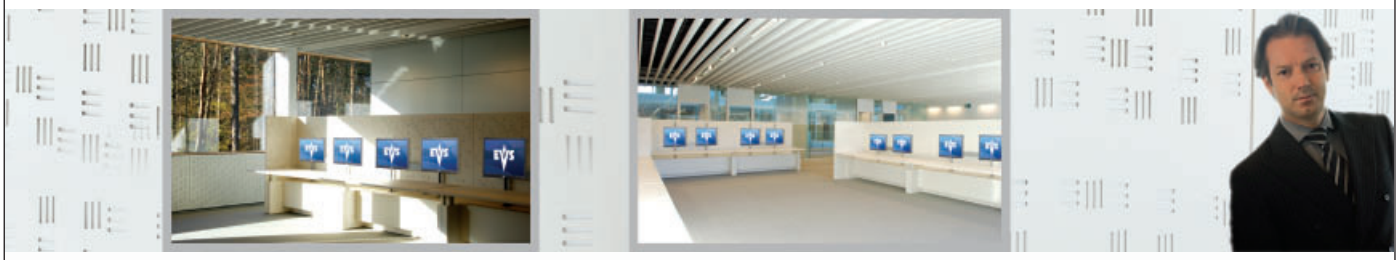
L'évaluation par la Commission européenne des projets de plans budgétaires 2015 de seize pays de la zone euro, évaluation axée sur leur conformité avec le pacte de stabilité et de croissance, montre que la Belgique présente un risque de non-conformité. Oui, un tel risque même si, fin octobre 2014, ce pays ne présentait aucun manquement particulièrement grave aux dispositions de ce pacte qui vise à garantir des finances publiques saines dans l'Union européenne (UE). Voilà pourquoi, la Commission examinera la situation de ce pays au début du mois de mars 2015, à la lumière de la version définitive des lois budgétaires et précisions attendues sur les programmes de réformes structurelles.

## *Ceci n'est pas une déflation, c'est beaucoup plus grave!*

Le nouveau carnet de notes intitulé, *Ceci n'est pas une déflation, c'est beaucoup plus grave !* (Éditions Anthémis, 200 pages), traite de l'origine de la tendance déflationniste de l'économie européenne. Y sont aussi analysés, les nombreux défis auxquels sont confrontés nos dirigeants européens tels que le vieillissement de la population, la fragilité de l'euro, le déséquilibre entre les pays du Nord et du Sud de l'Europe – 010/42.02.90 - info@anthemis.be - www.anthemis.be

## TDS Office Design

# Plus qu'un fabricant, UN CONCEPTEUR DE MOBILIER



**Concepteur et fabricant de mobilier de bureau contemporain, TDS Office Design a relevé le défi qu'EVS lui avait lancé : équiper un nouvel espace intérieur en respectant une ligne architecturale propre et typée.**

### À l'écoute des besoins

Aménager avec harmonie les nouvelles infrastructures de la société EVS Broadcast Equipment, c'est le challenge remporté avec brio par la PME liégeoise TDS Office Design, leader belge de la conception et fabrication de mobilier de bureau. Particularité du projet, celui-ci résulte d'un travail main dans la main entre TDS, EVS, et le bureau d'architecture Valentiny. Ce fonctionnement en synergie témoigne de l'optique développée par TDS qui, comme le souligne son CEO Pascal Delhalle, est de *« répondre à la demande du client par 'que vous faut-il ?' et non par 'voici ce que nous avons' »*. Après une phase de prototyping, ce n'est pas moins de 238 postes de travail qui ont ainsi été installés sur le site d'EVS laissant une impression générale d'agréable cohérence entre contenu et contenant, mobilier et bâtiment.

### Créateur d'unique

S'appuyant sur un bureau d'études intégré de 5 personnes, TDS se positionne sur le marché non seulement comme fabricant mais surtout comme concepteur de mobilier. Son bureau d'études vous permet soit d'adapter un projet à partir d'une gamme standardisée, soit de créer du sur mesure - ce qui a été réalisé pour EVS - selon vos envies et spécificités. Et si les seules limites peuvent être d'ordre technique ou financier, TDS vous apporte une plus-value importante : sa capacité de conseil et de prise en compte de l'optimisation de l'espace. TDS réfléchit avec vous à la meilleure occupation de celui-ci et vous propose des solutions concrètes, joignant l'utile à l'agréable, l'esthétisme à la fonctionnalité.

### Au sommet de la vague

Créée en 1946, TDS occupe actuellement une centaine de travailleurs. Cette taille idéale lui permet de répondre avec flexibilité et proactivité aux demandes de ses clients, petits ou grands. Parmi les dernières commandes en date, l'aménagement de 2500 postes de travail pour le siège luxembourgeois de Price Waterhouse Cooper témoigne de ses capacités à assumer des marchés importants, avec un taux de satisfaction client de l'ordre de 100 %. Présente également sur le marché de l'exportation (pays limitrophes), TDS Office Design représente la Wallonie qui gagne : innovante, créative, et prête à surfer sur la vague de la réussite.

**Philippe Prince, Facility Manager d'EVS**

*« Notre choix s'est porté sur TDS car c'est la seule entreprise qui est venue avec une approche personnalisée capable de répondre à notre problématique. Trois axes se sont, à ce titre, rencontrés : la prise en compte d'éléments techniques, une conception en adéquation avec l'esprit du bâtiment et une grande flexibilité vis-à-vis de nos besoins. Cerise sur le gâteau, TDS affiche un ancrage liégeois ! À qualité égale et coûts contrôlés, nous sommes évidemment toujours ravis de pouvoir faire vivre une entreprise locale. Soulignons, enfin, la parfaite collaboration entre le bureau d'architecture Valentiny et TDS qui sont parvenus à concilier pratique et esthétique. Le tout pour un résultat répondant pleinement à nos attentes. »*

**Philippe Valentiny, architecte**

*« Une importante partie du bâtiment d'EVS est dédiée à son département R&D. Les ingénieurs évoluant au sein de celui-ci ont besoin d'un environnement de travail très spécifique répondant à de nombreuses contraintes techniques. En tant que bureau d'architecture, nous avons dessiné des espaces rencontrant ces exigences tout en restant esthétiques et fonctionnels. Le mobilier imaginé n'existait évidemment pas dans le commerce. Nous nous sommes donc mis en quête de sociétés capables de lui donner vie. TDS s'est, dans ce cadre, démarquée de la concurrence. L'entreprise a conçu un prototype à la fois ergonomique, esthétique, intégrant des contraintes techniques tout en améliorant certaines fonctionnalités. Dans un délai plus que raisonnable, TDS nous a livré un mobilier fabriqué "à la carte". C'est assez exceptionnel. »*

**TDS Office Design :**
Rue de l'hippodrome n°186 à 4000 Liège – Tél. : 04/254.99.10 - lie@tds-office.com
**www.tds-office.com**

Cet article n'engage pas la rédaction.

## Startech's Days, les 16 et 17 mars 2015

Afin de promouvoir des métiers manuels, techniques et technologiques, le championnat des Startech's Days aura lieu les 16 et 17 mars 2015, à Bruxelles (EFP, CPS) ; à Charleroi (Cepegra/Technocampus) et à Liège (Epicuris et Construform Grâce-Hollogne). La compétition ouverte aux étudiants, demandeurs d'emploi… portera sur l'art floral, la boulangerie, CAO/DAO industriel, le carrelage, la conduite poids lourds, le contrôle industriel ainsi que la cuisine. Mais aussi sur l'ébénisterie, l'entrepreneuriat, la fashion technology, le fraisage CNC, la gestion réseaux IT, l'imprimerie… Plus d'infos : www.skillsbelgium.be

## Les mesures du gouvernement fédéral devraient créer 60.000 jobs

Comme la Banque nationale estime que le saut d'index génèrera une croissance de + 0,5 % du PIB et une augmentation de + 0,7 % des exportations nettes d'ici 2019, que les salaires nominaux sont temporairement gelés, selon le Fédération des entreprises de Belgique (FEB), les entreprises actives à l'international pourront répercuter ce gain de compétitivité dans leurs prix et ainsi gagner en parts de marchés. Cela entrainerait la création de 33.000 emplois supplémentaires. De même, une réduction des cotisations patronales de 960 millions EUR à partir de 2016, permettrait aux entreprises de diminuer leurs prix à l'exportation en moyenne de 0,4 %. Après cinq ans, cette mesure devrait permettre la création de 16.600 emplois. D'autres mesures ont un impact limité, via une augmentation du revenu disponible des ménages et donc de la consommation intérieure : + 5.900 et + 800 emplois respectivement.

## Nouveau plan d'investissement européen

En annonçant un plan d'investissement de 315 milliards d'euros pour relancer la croissance en Europe, la Commission européenne souhaite créer un nouveau Fonds européen pour les investissements stratégiques (EFSI). Pour ? Pour mobiliser au moins 315 milliards d'investissements supplémentaires au cours de 2015-2017 et mettre en place une réserve de projets associée à un programme d'assistance afin de canaliser les investissements en fonction des besoins les plus pressants. Les mesures prises dans leur ensemble, pourraient accroître le PIB de l'UE de 330 à 410 milliards d'euros au cours des trois prochaines années et créer jusqu'à 1,3 million d'emplois.

## 3.130 € comme plafond pour le bonus salarial

Le plafond social du bonus salarial sera de 3.130 euros par travailleur en 2015. Quant au montant fiscal maximum, il est égal au montant social maximum diminué de la cotisation de solidarité de 13,07 % à charge du travailleur, c'est-à-dire à 2.722 euros par travailleur. Et outre que l'employeur est redevable d'une cotisation spéciale de 33 % sur le montant du bonus, ce dernier comme la cotisation de 33 % sont déductibles fiscalement comme charges professionnelles.

## La Marianne de Cristal : candidature jusqu'au 20 février 2015

La Marianne de Cristal, prix économique distinguant une entreprise située en Wallonie qui a particulièrement développé ses échanges commerciaux avec la France, est reporté au 20 mars 2015, au Théâtre de Liège. Les entreprises visées sont celles qui renferment de 5 à 250 personnes et qui exercent leurs activités dans les domaines de la production, de la distribution, des prestations de services. Dépôt des candidatures : jusqu'au 20 février 2015 – info@mariannedecristal.be - www.cfcill.be/marianne-xxedition/

# PROCÉDURE DE RÉORGANISATION
# plus chère, mais

**Depuis le 1er janvier 2015, le coût à payer pour introduire une demande de procédure de réorganisation judiciaire (PRJ) est désormais plus élevé, passant de 80 à 1.000 euros. Explications avec Fabienne Bayard, présidente du tribunal de commerce de Liège.**

JACQUELINE REMITS

© Jerry Sliwowski

### Quelle est la raison d'être de la loi sur la procédure de réorganisation judiciaire?

**F.B. :** « Elle date de 2009 et c'est une loi de 'circonstance'. On était alors en pleine crise économique. Le législateur a voulu mettre en place un arsenal légal d'aide au redressement d'entreprises. Cette loi remplaçait la loi sur le concordat, mais en assouplissant beaucoup ses conditions d'accès et en ouvrant grandes les portes à l'aide au redressement d'entreprise par le biais du tribunal de commerce. Cette loi de 2009 a eu, et a toujours, un grand succès. De nombreuses entreprises y recourent beaucoup plus qu'elles ne recouraient au concordat. Pour Liège, de deux ou trois par an, on est passé avec la PRJ à environ 160 demandes chaque année. Cette loi offre beaucoup d'outils pour le redressement, des plus softs aux plus contraignants. »

### Quels sont les différentes sortes de PRJ?

**F.B. :** « Il y a trois types de procédures, par accord amiable, par accord collectif et par transfert d'entreprise (quand l'entreprise n'est plus en mesure de proposer un plan de redressement à ses créanciers). La plus utilisée est la procédure de réorganisation judiciaire par accord collectif. »

### Qu'est-ce qui change?

**F.B. :** « Jusqu'ici, le droit à payer pour une demande en PRJ, le droit de greffe, était le même que celui pris pour n'importe quelle requête, à savoir 80 euros. À partir du 1er janvier 2015, le droit de greffe devrait passer à 1.000 euros. Chaque fois qu'une entreprise aura besoin de déposer une demande particulière dans le cadre de cette procédure, elle sera couverte par ce droit de greffe. »

### Pourquoi instaurer un droit de greffe aussi important?

**F.B. :** « Introduire une procédure de réorganisation judiciaire engendre la mise en route d'une machine judiciaire d'importance, et donc un coût pour la société. En effet, dès qu'une demande est introduite, en tant que présidente du tribunal de commerce, il me revient de désigner un juge délégué. Cette personne va suivre l'entreprise et vérifier qu'elle respecte l'ensemble des conditions prévues par la loi, de forme et de fond. Le but est la surveillance du bon déroulement de la procédure. Bien que les juges consulaires œuvrent au sein des tribunaux de commerce à peu près bénévolement, cette machine judiciaire a quand même un coût. En plus du juge désigné, le tribunal, composé d'un juge de carrière et de deux juges consulaires, doit examiner la demande, examiner le dossier, etc. Le procureur doit rendre un avis sur l'ouverture de la procédure. Bref, une machine de guerre se met en route pour accompagner l'entreprise dans son redressement. Car tel est bien le but. »

### Y aurait-il une autre raison?

**F.B. :** « Oui, souvent, la plupart des entreprises déposent cette demande beaucoup trop tard, alors qu'elles se trouvent au bord de la faillite. Selon la loi, le fait d'être en faillite virtuelle n'empêche pas l'action d'une demande de redressement. Cette loi promeut vraiment le redressement d'entreprise, ce qui est une bonne chose. Mais cette promotion ne peut intervenir de façon excessive. »

### Quelle est la conséquence du sursis accordé?

**F.B. :** « La procédure par accord collectif accorde à l'entreprise un sursis de six mois. Cette période permet à l'entreprise de geler le passif, les dettes, et de pouvoir préparer son plan de redressement à l'aise, sans être attaquée par ses créanciers, ceux-ci se voyant bloqués dans leurs actions. Le tribunal doit donc veiller à ce que la procédure ne soit pas utilisée de façon abusive. »

### Que va prévoir le plan de redressement?

**F.B. :** « Il va prévoir une série d'abattements de créances, partant de l'idée que l'entreprise va pouvoir se redresser. Le patron informe ses créanciers de ses possibilités de pouvoir poursuivre son activité, donc de continuer à travailler avec eux s'ils acceptent un abattement, par exemple, de 50 % de leur créance. Pour pouvoir faire cette proposition, il faut être sûr de pouvoir générer du cash qui permettra de rembourser les créances du passé en plus des créances courantes. »

# JUDICIAIRE : plus efficace

> « Cette loi promeut vraiment le redressement d'entreprise »
>
> **Fabienne Bayard,**
> présidente du tribunal de commerce de Liège.

### Que va permettre ce droit de greffe de 1.000 euros ?

**F.B. :** « L'erreur du législateur est d'avoir imaginé qu'une entreprise au bord de la faillite a encore la possibilité de se redresser. Tout au plus pourrait-elle envisager un transfert d'activité. Je pense que ce droit de greffe de 1.000 euros va permettre un tri à l'entrée en éliminant les candidats à la PRJ ne disposant même pas de ces 1.000 euros. L'énergie déployée au sein d'un service public pour des entreprises qui ne cherchent dans la PRJ qu'un moyen déplacé de retarder l'issue fatale de la faillite, alors que celles-ci ne représentent qu'une valeur ajoutée restreinte du point de vue économique, pourrait être davantage utilisée au profit de celles qui ont encore une chance de s'en sortir. Il faut regarder les choses avec lucidité. Notre espoir est qu'un écrémage s'opère pour que nous puissions consacrer notre énergie à des entreprises à valeur ajoutée plus importante, que ce soit parce qu'il y a de l'emploi à sauver ou un produit intéressant à conserver et développer dans la région. Je suis très sensible au développement économique de ma région. »

### Comment les très petites entreprises seront-elles aidées ?

**F.B. :** « Il existe d'autres types d'aides, beaucoup moins coûteuses, notamment le recours à un médiateur d'entreprise. Une personne de chiffre, un consultant, qui connaît bien le fonctionnement de l'entreprise, désigné par le tribunal et pourra apporter son expertise à l'entreprise en difficulté, par exemple, en négociant avec les créanciers, etc. Pour que cette mesure soit efficace, il faut toutefois que l'entreprise prenne conscience très tôt de ses difficultés pour avoir une aide en temps et en heure. Et pas évidemment au moment où elle va être déclarée en faillite ! Il faut être réaliste. D'ailleurs, les entreprises citées en faillite et qui déposent une PRJ, pour la plupart, finissent quand même par déposer le bilan. »

### Quelles sont les entreprises pour lesquelles il existe un taux de réussite important ?

**F.B. :** « Celles qui ont bien anticipé leurs difficultés et, je l'ai dit, qui disposent encore suffisamment de trésorerie pour assumer la période de sursis. En cinq ans, le pourcentage de réussite est intéressant puisque près de 30 % des entreprises ayant sollicité une PRJ par accord collectif s'en sortent. Ce n'est pas mal. »

### Que représente pour vous la loi de la PRJ ?

**F.B. :** « C'est une mine d'or en ce qu'elle offre une panoplie d'outils d'aide aux entreprises. Cela correspond aussi à la vision que je me fais d'un tribunal de commerce, à savoir d'abord un acteur au service de l'entreprise plutôt qu'un censeur. Dès que l'occasion se présente de sauver une entreprise, nous exerçons clairement notre mission de service public. »

### Quelle latitude avez-vous par rapport au législateur ?

**F.B. :** « Le dernier rempart est de pouvoir modaliser la durée du sursis. Cette période au cours de laquelle l'entreprise est à l'abri a une durée en principe de six mois. Nous pouvons la raccourcir dans différentes hypothèses. Un, l'entreprise a déjà bien préparé sa restructuration, la procédure est l'aboutissement de celle-ci, mais elle a besoin d'un petit délai pour finaliser son plan de redressement. Elle dépose sa requête, le plan sera bouclé dans les deux ou trois mois. Rare. Deux, l'entreprise présente une comptabilité désordonnée, il n'y a pas beaucoup d'espoir de réussite, elle ne pourra pas dégager suffisamment de trésorerie pour faire face à ses engagements. Nous avons le pouvoir de réduire la durée du sursis à deux mois. Au bout de ce temps, elle doit présenter un plan réaliste. Pour le tribunal, l'objectif est de veiller aussi à l'intérêt des créanciers. Si le sursis est une faveur accordée à une entreprise, elle a aussi des répercussions sur les créanciers, fournisseurs qui, eux aussi, se retrouvent avec ces créances commerciales impayées et parfois une PRJ en amène une autre et ainsi de suite. Nous devons toujours avoir en tête l'intérêt de l'entreprise qui demande de l'aide, mais aussi veiller au respect des droits des créanciers. »

# Avant les investis

# la chasse

© Fotolia/Marco2811

## Du bon sens !

En industrie et en entreprise comme chez soi, la chasse au gaspillage est la première piste à privilégier pour économiser l'énergie et alléger rapidement la facture. L'énergie y représente en effet un poste important (ndlr : le 3e, en industrie), bien trop lourd, que de simples gestes et une dose de bon sens peuvent soulager.

Dans votre « home sweet home », laissez-vous les portes ouvertes en hiver, partez-vous sans éteindre presque inconsciemment l'éclairage ? Chacun sait que l'entretien de sa voiture (carburation, remplacement des pneus usés), la maintenance de sa chaudière (réglage du brûleur, nettoyage du corps de chauffe) permettent de réduire la consommation et d'éviter les pannes. Nous insisterons encore sur ce point.

Mais dès aujourd'hui, transposez donc sur le lieu de travail ces mêmes réflexes !

**Première piste : SWITCH OFF et URE (utilisation rationnelle de l'énergie)**

Éteindre tout élément consommateur d'énergie lorsqu'on n'en a pas besoin et en cas d'absence.

**Deuxième piste : configuration optimale et maintenance régulière des outils et utilitaires** (éclairage, chauffage, climatisation, air comprimé, motorisation, froid, chaleur process vapeur). Ces actions peu coûteuses (ROI < 1 an) contribueront également à ne pas faire trop souffrir votre portefeuille.

## Poste éclairage

Attardons-nous un peu sur le **poste éclairage**… Trop de bureaux ou d'espaces de travail inoccupés sont largement éclairés… pour rien !

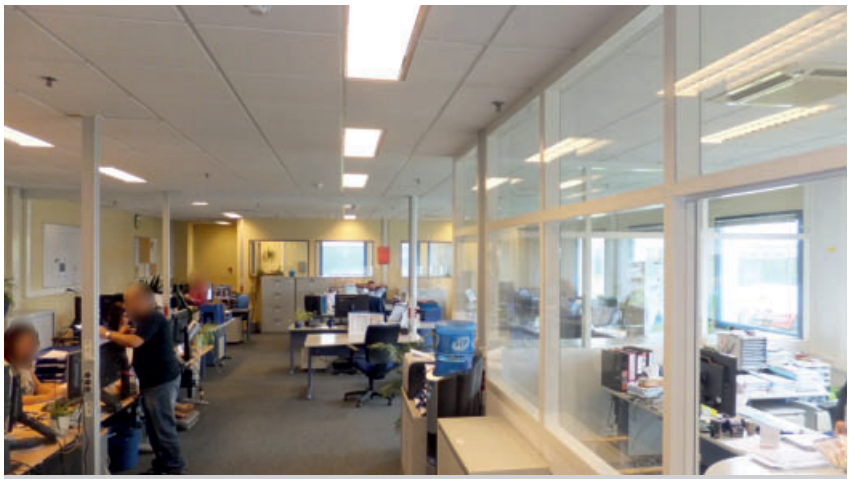
Pensons à un simple geste (Switch off) généralisé et systématique !

Et quel luxe inutile que cette lumière artificielle pour les espaces situés près de fenêtres quand la lumière naturelle serait amplement suffisante ! La photo du paysager présenté ci-dessous illustre d'ailleurs à elle seule des aberrations : un seul interrupteur commande tout l'éclairage, sans tenir compte de l'apport de lumière naturelle et gratuite provenant de larges fenêtres. La lumière artificielle inonde aussi le centre du paysager, là où aucun poste de travail n'est installé.

Retenez ceci : un asservissement des luminaires à la présence/absence d'occupants peut réduire de 15 % la facture d'électricité pour ce poste. Même constat pour l'asservissement des luminaires à la lumière naturelle (par cellules photosensibles).

Enfin, bon nombre de luminaires anciens, mal entretenus, de technologies dépassées sont encore bien souvent utilisés. Très énergivores, ils ne répondent de surcroît plus aux normes de sécurité et de confort.

Dans le coût de l'utilisation d'un luminaire entre, à 90 %, la consommation d'électricité, le reste concernant l'achat et la maintenance (remplacement des tubes fluo ou des lampes).

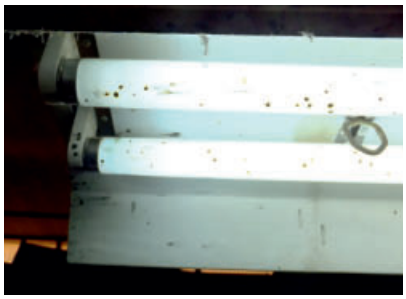


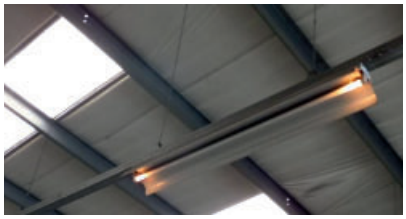
> « La configuration et l'utilisation rationnelle et responsable de l'éclairage peuvent réduire de plusieurs dizaines de % la facture d'électricité de ce poste. »

# sements coûteux, au gaspi !

PHILIPPE SMEKENS,
CONSEILLER ÉNERGIE À LA CCIH

Il faut vous représenter que le nettoyage des réflecteurs, optiques et caches et le remplacement des tubes fluo morts (qui consomment encore 10 à 20 W) permettent non seulement de vous mettre en conformité avec les règlements et normes en vigueur (ex.: 500 LUX pour un bureau, 300 LUX pour un espace de production), mais aussi d'améliorer de plus de 50 % le rendement lumineux des installations d'éclairage.





La **gestion régulière de la maintenance** est donc un autre réflexe à acquérir sans tarder !!!

## Poste Chauffage

***Utilisation et maintenance du chauffage en bon père de famille (comme chez soi)***

Nous ne chauffons pas toute notre maison à 23-24°C. Nous ne chauffons pas le rez-de-chaussée autant la nuit que le jour. Nous savons bien qu'1°C supplémentaire de consigne équivaut à 7 % de surconsommation de gaz ou de mazout.

Nous effectuons chaque année une maintenance de notre chaudière sachant que l'encrassement de celle-ci ou l'usure du gicleur peuvent engendrer une surconsommation de plusieurs % de combustible.

Nous ne laissons pas les portes et fenêtres ouvertes alors que le chauffage est en action.

Nous savons qu'un mètre de tuyau d'eau de chauffage non isolé correspond à une lampe de 60 W allumée…

Nous le répétons : pourquoi ne pas réaliser toutes ces actions dans notre lieu de travail ?

- Réglons la vanne du radiateur sur 3 (= 20°C) ou le thermostat sur 20 °C, au lieu de surchauffer l'espace
- Réglons la vanne sur 1 ou le thermostat sur 16°C en quittant le bureau
- La configuration optimale de fonctionnement de la chaudière et de la distribution de chaleur en fonction du climat, de l'activité, des besoins peut réduire de plusieurs dizaines de % la consommation de ce poste.
- L'isolation des circuits d'eau de chauffage (ou de vapeur) est un investissement hautement rentable (ROI < 1 an).
- Il est inutile de chauffer les bureaux la nuit. Il suffit de réduire ou couper le chauffage la nuit et de redémarrer celui-ci en fonction de l'inertie thermique du bâtiment pour faire de substantielles économies de combustible.
- Il faudra veiller aussi (évidemment) à ce que le chauffage ne fonctionne pas en parallèle avec la climatisation !!!
- Traquons les fenêtres et les portes ouvertes en hiver !
- Envisageons une maintenance régulière des chaudières vu les puissances mises en jeu (un encrassement de quelques mm de suie engendre une élévation de 50 °C de température de fumée et donc une réduction de quelques % du rendement de la chaudière).
- L'isolation de centaines de mètres de circuits caloporteurs (eau chaude de chauffage ou eau chaude sanitaire) évite de gaspiller l'équivalent de plusieurs centaines de KWh par perte de calories à travers ces circuits.

## Consommation électrique (domotique – utilitaires)

Voici nos conseils :

- Éteindre la **domotique** la nuit.
- Éteindre les **extracteurs de fumée** et autres moteurs de **ventilation** en dehors des heures de service.
- Éteindre les **distributeurs de boissons** fraîches la nuit (un distributeur de boissons fraîches consomme environ 400 à 600 kWh par an).
- Nettoyer les condenseurs des **frigos et des congélateurs** (radiateur à l'arrière) pour optimaliser le dégagement de chaleur.
- Éviter d'emprisonner les frigos dans des armoires non aérées.
- Laisser de la place entre le mur et l'arrière des appareils frigorifiques pour ne pas limiter le dégagement de calories du condenseur.
- **Appareils chauffants** : vérifier le fonctionnement et l'utilité des chaufferettes et des percolateurs qui sont de gros consommateurs d'électricité
- Préférer les thermos aux percolateurs qui préchauffent le café.
- Vérifier que ces appareils sont débranchés en cas d'absence du personnel
- Utiliser des thermos pour les boissons chaudes au lieu de les laisser sur une résistance chauffante.

**Toutes ces petites actions prises ensembles peuvent réduire substantiellement et sans frais les notes d'électricité.**

**Infos :**
Ces conseils et remarques, ainsi que bien d'autres sont proposés gratuitement par les pré-checks énergétiques et les formations techniques URE du service « Facilitateur URE industrie » - Tél. : 0800/ 97 333

**E-mail :**
Provinces Luxembourg belge : facilitateur.ure.process@ccilb.be
Provinces BW - Namur - Liège : facilitateur.ure.process@3j-consult.com
Provinces Hainaut - Picardie belge : facilitateur.ure.process@ccih.be
Philippe Smekens - Conseiller Énergie à la CCIH - GSM : +32 (0)495 14 47 85

# PASSEZ DONC AU SALON !

Febiac organise du 16 au 25 janvier 2015 la 93e édition du **Salon Automobile de Bruxelles**. Réservé aux utilitaires légers, véhicules de loisir et deux-roues motorisés, il occupera six Palais. De la camionnette multifonctions au cabriolet tendance, en passant par la sportive racée et le tout-terrain robuste, tous les types de véhicules seront réunis : voiture « plaisir », outil de travail, scooters et motos côtoieront véhicules hybrides, à propulsion électrique, au gaz naturel compressé (CNG) et Dream Cars.
À l'heure de la mise sous presse, CCI mag' peut vous annoncer la présence de quelques premières. Mondiales, européennes et belges.

Chez les quatre anneaux d'Audi, on trouve la TT et l'A6.
Et chez BMW, les X5 M, X6 M, Série 2 Cabrio et M6.
Citroën met à l'honneur sa C4 restylée pour la deuxième phase de son existence.
Dacia dévoile ses Lodgy et Dokker Stepway ainsi qu'une série limitée Duster Blackstorm. Notons aussi le Fiat Doblo ainsi que les Jeep Renegate et Fiat 500 X.
Chez Ford, ce sont les nouvelles Mondeo, S-Max, Focus et Mustang qui tiennent la vedette.
Chez Jaguar, la Jaguar F-TYPE, la nouvelle sportive de Jaguar disponible en version 4x4 ainsi qu'en version à transmission manuelle. Et la Jaguar XE qui redéfinit le concept de la berline sport.

La Jaguar XE : des atours et des atouts !

SUV compact haut de gamme hyper polyvalent, le nouveau Land Rover Discovery Sport offre 7 places. Motorisé par des 4 cylindres essence et diesel, il se positionne à la pointe de la technologie en matière de connectivité.

Le Range Rover Evoque 'Inspired by Britain'présente des caractéristiques extérieures et intérieures coordonnées. Plus le drapeau britannique sur l'aileron arrière et sur les coques de rétroviseurs blanches.
Le public découvrira les Lexus RCF et NX 300h.
Chez Mercedes, la CLA Shooting Brake, la CLA45 AMG Shooting Brake, la C63 AMG Break, la AMG GT et la nouvelle génération de Classe B .
Plus 2 modèles Mercedes ECO : les S500 PLUG-IN HYBRID et B electric drive.
Les véhicules utilitaires légers ne sont pas en reste avec le nouveau Vito et la nouvelle Classe V.
La Mitsubishi Attrage fait sa première apparition dans un Salon Européen.
Deux premières chez Mini : la Cooper 5 portes utilitaire léger et la Countryman One D utilitaire léger.
Plusieurs modèles pour la marque à l'éclair : l'Opel Corsa, l'Adam Rocks, l'Adam S et le Mokka 1.6 CDTi. Chez les utilitaires, le Vivaro.
Peugeot débarque avec ses 508 Berline GT Line et 508 RXH dotée d'une nouvelle motorisation thermique BlueHDi 180 AT6 non-hybride. Les 308 GT et GT Line sont en première belge.
Le nouvel Espace occupe une place en vue sur le stand Renault.
Outre la Seat Leon ST transformée en VAN, on trouve les Leon ST Cupra et Leon X-Perience.
Chez Skoda, c'est la Fabia Hatchback qui attire les regards.
Et puis, deux nouveaux modèles Smart : les fortwo et forfour. La Grand Prius+ fait la fierté du stand Toyota.
Plus innovante et plus efficace, rassurante et plaisante, la 8e génération de VW Passat est encore plus redoutable que les précédentes…
Le nouveau Volvo XC90 n'est pas exposé au Salon de l'Auto mais bien chez l'importateur.

Affichée à 14.990 euros, la Kia Venga est l'un des 58 véhicules commercialisés sous les 15.000 euros.

Pour sa première à Bruxelles, l'Opel Corsa peut tabler sur de nouveaux design, intérieur et moteur.

# JE ME SUIS SOUVENT DEMANDÉ...

**Comme chantonnait Richard Anthony, vous vous êtes sûrement posé la question : quelle voiture possède le plus grand coffre, consomme le moins, freine le mieux... Un classement qu'établit la revue française AUTOplus.**

Ainsi parmi les SUV, c'est la Peugeot 3008 HYbrid4 200 ch qui consomme le moins en ville. La Renault Captur dCI 90 ch se classe deuxième devant la Peugeot 2008 1.6 e-HDI 92 ch.
Chez les monospaces qui braquent le plus court, la palme revient à la Honda Jazz qui devance la Seat Altea et la Citroën C3 Picasso.
Les breaks qui offrent la plus grande longueur de chargement sont, dans l'ordre, la Mercedes Classe E break, la Skoda Super Combi et la Renault Laguna Estate. Les plus grands coffres des monospaces compacts sont ceux des Dacia Lodgy, Renault Grand Scenic et Peugeot 5008.
Quant aux berlines les plus spacieuses à l'arrière, elles portent pour noms BMW série 3 et 5 GT précédant la Skoda Superb. Chez les monospaces, la Nissan Note rafle la mise et laisse les deux autres marches du podium aux Fiat 500 living et Toyota Prius +. Et chez les SUV Compacts, le trio vainqueur se compose des Toyota Rav 4, Subaru Forester et Seat Altea XL Freetrack.
Les familiales avec la meilleure autonomie sont la 508Hybrid4 de Peugeot, la VW Passat 16 TDI 105 BM et la Citroën C5 eHdi 115 BMP 6.
Moins rationnel, mais tout aussi intéressant, les cinq voitures qui font craquer les femmes sont la Citroën DS3, la Mini, la Porsche 911, la Jaguar F-Type S et l'Audi TT. Les hommes plébiscitent quant à eux la Porsche 911, la Chevrolet Camaro, la Citroën DS 5, la Jaguar F-Type S et la Mercedes SLK.
Pour terminer, sachez que les nouvelles VW Polo et Golf, les Ford B-Max et la Mercedes Classe A, les VW Touran et Sharan figurent parmi les véhicules qui résistent le mieux aux tentatives de vol !

# AUTO : LES SEGMENTS !

**Tous les véhicules appartiennent à une catégorie bien précise. Qui comporte une lettre de l'alphabet (A à F) et des caractéristiques tout aussi formelles.**

Voici pour vous y retrouver…

**A : les microvoitures ou citadines :**
Citroën C1, Kia Picanto, Smart…

**B : les polyvalentes :**
Dacia Sandero, Opel Corsa, Peugeot 208…

**C : les moyennes compactes :**
VW Golf, Honda Civic, Renault Megane…

**D : les moyennes ou familiales :**
Hyundai i 40, Mazda 6, BMW 3…

**E : les grandes routières :**
Audi A6, Volvo S80, Lexus GS…

**F : les voitures de luxe :**
Mercedes S, Porsche Panamera, Tesla…

Sans oublier…

- **les véhicules de loisirs :** 3 segments (fun, SUV, 4x4)
  Mazda MX 5, Nissan Qashqai, Range Rover…
- **les monovolumes :** 2 segments (petits, grands)
  BMW 2 Active Tourer, Ford Galaxy…
- **les voitures de sport :** 1 segment mais… différents tarifs
  Toyota GT 86, Nissan 370 Z, McLaren 650 S…
- **les cabriolets :** 1 segment et plusieurs tarifications
  Audi A3, BMW série 6, Rolls-Royce Phantom Drophead Coupé

**BOB MONARD**

LES PME RÉALISENT EN MOYENNE 44% D'ÉCONOMIE* SUR LEUR BUDGET TÉLÉCOM MOBILE GRÂCE À BASE. CONTACTEZ-NOUS ET CHIFFRONS ENSEMBLE COMBIEN VOTRE ENTREPRISE VA ÉCONOMISER.

Appelez le 0486/19 1940

BASEbusiness.be/PME

* Economie moyenne réalisée sur le montant de la dernière facture de toutes les 130 PME ayant demandé une offre BASE business entre le 1er janvier et le 30 août 2014 et ayant soumis à BASE la dernière facture de leur opérateur.

BASE®

business

# SA – SPRL : 1-0

**Depuis que les titres au porteur n'existent plus, beaucoup d'entrepreneurs se demandent quel intérêt représente encore la société anonyme par rapport à l'autre forme la plus courante de société, la SPRL.**

Il en est un qui est évident, même s'il est méconnu : la possibilité dans la SA de créer un comité de direction. Le comité de direction est, à l'instar de l'assemblée générale des actionnaires et du conseil d'administration, un « organe » de la société. Au contraire de ces deux autres organes, il est un organe optionnel.

## À QUOI SERT LE COMITÉ DE DIRECTION ?

Le comité de direction permet au conseil d'administration de déléguer certaines de ses tâches, comme il peut le faire au profit d'un administrateur-délégué par exemple. Il traduit donc cette réalité des entreprises, selon laquelle plusieurs de ses cadres se réunissent pour prendre des décisions relatives à la gestion journalière. Management commitee, management board,… diverses expressions ont fleuri pour le dénommer.

## COMMENT EST-IL ORGANISÉ ?

Le comité de direction est impérativement un organe collégial. Le membre du comité de direction peut être un administrateur ou non. Dans la pratique, le conseil d'administration « bombarde » souvent l'administrateur-délégué à la présidence du comité de direction. L'organisation interne du comité de direction est très flexible. C'est le conseil d'administration qui a la main et qui peut déterminer lui-même : les conditions de désignation des membres ; leur révocation ; leur rémunération ; la durée de leur mission ; les restrictions éventuelles aux pouvoirs de gestion. Il appartient au conseil d'administration de surveiller le comité de direction.

## POURQUOI LE COMITÉ DE DIRECTION EST-IL INTÉRESSANT ?

### 1. Optimalisation de rémunération

Aux yeux de l'ONSS et de l'INASTI, les membres du comité de direction sont, à l'instar des administrateurs, présumés être indépendants. La loi n'impose cependant pas ce statut et le comité de direction peut être composé de salariés ou d'indépendant.

De cette présomption de statut d'indépendant et du statut d'indépendant en tant que tel découlent de nombreux avantages :

- Risque de requalification en tant qu'employé (faux-indépendants) fortement diminué ;
- Possibilité d'évolution des rémunérations maintenue (pas de blocage dû à la norme salariale) ;
- Pour les rémunérations les plus importantes, une rémunération nette plus élevée ;
- Absence de cotisations patronales dans le chef de l'entreprise.

### 2. Hiérarchie des pouvoirs

Auparavant, pour éviter les risques de requalification, une entreprise pouvait nommer un indépendant comme administrateur et s'appuyer ainsi sur la présomption de statut d'indépendant attachée à cette fonction. L'inconvénient (particulièrement dans les entreprises familiales) était qu'une personne qui n'était pas « de la famille » ou qui n'était pas actionnaire se retrouvait au même niveau décisionnel que les administrateurs familiaux ou investisseurs… Ce désagrément n'existe pas avec le comité de direction, qui vient se placer sous le conseil d'administration en termes de hiérarchie des pouvoirs.

## DÉSAVANTAGES DU COMITÉ DE DIRECTION

Même si les désavantages du comité de direction sont marginaux par rapport aux bénéfices que l'on peut en retirer, retenons toutefois que :

- En cas de changement de statut, l'employeur n'en est plus un et n'exerce donc plus une quelconque « autorité » sur le collaborateur, au sens de la loi sur les contrats de travail. Cette absence d'autorité est toutefois compensée par le fait que le conseil d'administration surveille le comité de direction ;
- La responsabilité des membres du comité de direction est assimilée à celle des dirigeants d'entreprise. Elle est donc plus large que celle d'un travailleur salarié. Ce risque peut toutefois être minimisé par la conclusion d'une police d'assurance adéquate.

## CONCLUSION

La société anonyme garde un intérêt fondamental en ces temps de blocages salariaux et de risques accrus de requalification… risques que le comité de direction permet de mieux appréhender. Il constitue donc un outil particulièrement attrayant en ce qui concerne la répartition des pouvoirs et la structuration du rôle de certains éléments-clé de l'entreprise. Il est un moyen efficace de contrôler, de hiérarchiser, et last but not least d'optimaliser financièrement la gestion d'une entreprise. La SA ouvre donc la marque dans le match qui l'oppose à la SPRL… À l'occasion d'un autre article, nous verrons si la SPRL peut revenir au score, ou si au contraire, elle se fera distancer. La SPRL peut toutefois opérer un changement tactique en vue d'égaliser, en choisissant tout simplement de se transformer en SA… Match à suivre !

Vincent Trevisan,
Partner – Deloitte Fiduciaire

Deloitte Fiduciaire

# LA WALLONIE EST

**Votre voisin, l'entreprise du coin, ce développeur rencontré au hasard d'un évènement… : la Wallonie regorge d'hommes et de femmes qui ont un jour décidé d'innover en se demandant ce qu'ils pourraient apporter de neuf à nos pratiques et usages. Nous vous invitons à la rencontre de quatre de ces créatifs dont les concepts novateurs pourraient prochainement investir votre quotidien…**

CÉLINE LÉONARD

## AKKRO MEDIA

### CRÉER DES OBJETS AVEC UN STYLO 3D

Le stylo 3D n'est pas à proprement parler une innovation wallonne. La société hennuyère Akkro Media lui a toutefois donné ses lettres de noblesse en développant le Lix Pen, le plus petit stylo 3D au monde. Sous une apparence des plus classiques, celui-ci permet de concevoir des objets en 3 dimensions en quelques minutes à peine. Pour donner vie à ces créations, le stylo utilise non pas de l'encre mais des tiges en plastique. Chauffées à une température comprise entre 160°C et 230°C (grâce à la résistance placée à l'intérieur du stylo alimentée par un câble USB), ces dernières se solidifient une fois refroidies. Les plus audacieux dessineront directement dans l'air ; les plus frileux poseront d'abord leur création sur un support plane.

Grâce à une campagne de crowdfunding lancée sur Kickstarter, 8.000 Lix Pen ont d'ores et déjà été (pré)vendus. Initialement pensé pour un public averti (designers, architectes, artistes…), ce stylo a finalement suscité l'intérêt d'un public très large. La commercialisation débutera en 2015. Prix de vente annoncé : 100 € l'unité.

**Akkro Media :**
Rue Arthur Decoux n°64 à 6030 Marchienne-au-Pont
www.lixpen.com

## ZENTECH

### DIAGNOSTIC MÉDICAL IMMÉDIAT

Implantée au sein du Liège Science Park, la société ZenTech est active dans le développement, la production et la commercialisation de kits de diagnostic in vitro. La société est plus spécifiquement spécialisée dans le diagnostic de pathologies survenant aux premiers stades de la vie, de la conception à l'adolescence.

Voici quelques mois, la firme a lancé sur le marché le ZReader, un tout nouveau produit permettant la lecture automatique de kits de diagnostic conçus par ZenTech. L'échantillon à analyser est introduit dans la machine qui, grâce à une caméra, un tapis de LED et un software embarqué, formule en quelques secondes un résultat clinique, à la manière d'un test de grossesse. Particularité : grâce à une interface extrêmement simple, nul besoin de disposer de compétences médicales pour comprendre le résultat. Le ZReader permet, notamment, de détecter du sang occulte dans les selles (pour le diagnostic du cancer colorectal) et de déterminer le statut vaccinal d'un patient en cas de plaie (un test utilisé par la majorité des services d'urgence en France en l'absence d'information sur le statut vaccinal du patient).

Un an après son lancement, le ZReader continue à susciter l'intérêt. Un succès invitant la PME à concevoir de nouveaux kits pour la détection d'autres maladies. ZenTech envisage par ailleurs de faire évoluer son produit vers le secteur de la médecine connectée (en le dotant, notamment, de la technologie wifi).

**ZenTech :**
Liège Science Park - Avenue du Pré-Aily n° 10 à 4031 Angleur
www.zentech.be

# INNOVANTE !

## WRAPSODI

### DES CADEAUX QUI PARLENT

C'est au détour d'un voyage à Paris que Catherine Liégeois, alors institutrice, a imaginé le concept de Wrapsodi : « *J'étais à la recherche d'un objet souvenir. Peu convaincue par mon achat, j'ai pensé que mon cadeau serait plus porteur s'il pouvait délivrer un vrai témoignage de mon passage dans la capitale française.* » De cette réflexion est née Wrapsodi, une société permettant de joindre un message vidéo personnalisé à un cadeau en lui associant un QR Code ou une puce NFC. « *L'un des premiers à avoir adhéré au concept est un chocolatier vendant ses produits via une plateforme d'e-commerce. Plutôt que de personnaliser son cadeau par quelques mots, l'e-shopper peut recourir à une vidéo (enregistrée au moyen de sa webcam ou de son smartphone) pour s'exprimer. L'expérience peut également avoir cours en magasin où la traditionnelle étiquette cadeau accompagnant, par exemple, un bouquet de fleurs peut être remplacée par cette étiquette parlante. Nous proposons, enfin, cette offre aux industriels qui ont la possibilité d'intégrer ce service de messagerie vidéo directement à leurs produits. Pour nos clients, ces vidéos constituent un bel outil marketing. Un moyen de se différencier et de faire perdurer le contact avec leur enseigne au-delà du moment de la vente. Pour le client final, c'est une manière amusante de surprendre ses proches et d'apporter de la chaleur à son cadeau.* »

L'équipe de Wrapsodi : Catherine Liégeois et Pierre-Yves Orban

**Wrapsodi :**
Rue de la Cathédrale n°58 à 4000 Liège
Tél. : 0495/62.33.89 – www.wrapsodi.com

## VIGO UNIVERSAL

### SE FAIRE TIRER LE PORTRAIT EN 3D

Envie de vous découvrir sous toutes les coutures ? Tentez dès lors l'expérience du studio 3D de la société namuroise Vigo Universal. Une technologie unique en Belgique. Équipé de 80 appareils photos positionnés sous des angles différents, ce photomaton d'un autre genre donne naissance à des photos tridimensionnelles d'1,5 milliard de pixels. Grâce à l'instantanéité de la numérisation, les problèmes liés aux mouvements du sujet disparaissent. Le modèle obtenu grâce à cette technologie de photogrammétrie est, ensuite, traité par un logiciel et des graphistes pour atteindre un résultat extrêmement précis. Une application permet, de visualiser le fichier via un PC, une tablette ou un smartphone. Dernière étape : l'impression d'un « mini-vous », une figurine à votre image réalisée grâce à une imprimante 3D couleurs.

Christophe Hermanns (fondateur de Vigo Universal)

Inauguré en juillet 2014, le studio de Vigo Universal fait le plein et draine un public varié. Christophe Hermanns, fondateur : « *Nous avons accueilli pas mal de parents souhaitant disposer d'une figurine de leur enfant à différents moments de sa vie, des futurs mariés, des femmes enceintes, des sociétés voulant une reproduction de leur équipe…* » Le coût de la numérisation 3D et de l'impression d'une figurine (échelle 1/40) s'élève à 59 €.

**Vigo Universal :**
Rue Rogier n°66 à 5000 Namur
Tél. : 081/54.91.78 – www.photomaton-3d.be

Ces concepts ont été mis en lumière lors de la 3e édition de l'évènement « À la découverte des innovations wallonnes » proposé par InnovaTech. D'autres innovations sont à découvrir sur **www.innovatech.be**

**Votre politique de communication est active et dynamique ?**

**Vous vous sentez concerné(e) par les Prix de l'UPMC ?**

# Les Prix de l'UPMC 2015 en Province de Liège

## ENTREPRISES/INSTITUTIONS

L'Union Professionnelle des Métiers de la Communication (UPMC) attribuera, le vendredi 8 mai 2015 et pour la dix-septième fois, un **prix annuel à une entreprise/institution ayant été, au cours de l'année civile 2014, à l'origine d'une action de communication interne et/ou externe, et qui a contribué à l'image de marque et à la notoriété de cette entreprise/institution et/ou du Pays de Liège**.

Le Prix de la communication de l'Entreprise est honorifique et vise à récompenser une entreprise/institution pour sa politique de communication. Le lauréat recevra un trophée original ainsi qu'un bouquet culturel constitué de diverses entrées à des musées ou institutions théâtrales et touristiques pour une valeur de plus de 2.000 EUR.

Par action de communication, l'UPMC entend « tout ce qui permet à une entreprise/institution d'être en contact avec son environnement interne et/ou externe ». À titre d'exemples : conférence de presse, campagne de presse, journée portes ouvertes, événement institutionnel, stratégie de communication interne… (liste non exhaustive).

Si l'action primée est une campagne publicitaire, c'est l'entreprise/l'institution qui sera récompensée et non l'agence de communication à l'origine du projet. Celle-ci sera bien évidemment citée.

L'UPMC réunira un Jury dont les membres seront choisis dans le milieu de la communication, tous membres de l'UPMC. Le Jury sera soumis au devoir de réserve et de confidentialité. Sa décision sera irrévocable. Les critères de sélection du Jury seront notamment l'originalité, la créativité et l'impact, interne et/ou externe, de l'action présentée. L'effort de communication de l'entreprise/institution sera également apprécié. L'entreprise/institution lauréate sera celle qui obtiendra le plus grand nombre de voix au sein du Jury. En cas d'égalité, la voix du Président du Jury sera prépondérante. Les décisions du Jury sont sans appel. Il règle les cas non prévus par le présent règlement.

Les prix seront remis officiellement, avec couverture de l'événement par les médias, **le vendredi 8 mai 2015**, lors d'une soirée au cours de laquelle le représentant de l'entreprise/institution sera appelé à présenter l'action de communication primée.

Les entreprises/institutions souhaitant participer à ce concours sont invitées à le faire en renvoyant le formulaire d'inscription accompagné du dossier de candidature complet (voir ci-dessous).

upm© Union Professionnelle des Métiers de la Communication

PRIX | upm©

### Dépôt des candidatures :

Les candidatures devront être envoyées pour le **11 avril 2015** au plus tard, le cachet de la poste faisant foi, à :

André BISSCHOPS
Président du jury des prix de l'UPMC
Rue Fraischamps, 125
4030 Liège - Grivegnée

**Le dossier de candidature comprendra**, outre le formulaire d'inscription :

- une présentation de l'entreprise/institution.
- un dossier de présentation de l'action de communication en 3 exemplaires.
- Une lettre de motivation.

Le formulaire d'inscription ainsi que tout renseignement peuvent être téléchargés sur ww.upmc.be ou être obtenus auprès d'André BISSCHOPS par tél. 04/343.31.91 - 0495/51.93.09 ou par e-mail : andre.bisschops@gmail.com

Cet article n'engage pas la rédaction

[A-Th]

# Trente ans et pérenne

**La société A-Th, initialement spécialisée dans l'outplacement et plus récemment également dans le coaching, la gestion de carrière, les conseils RH et la stratégie business, vient de fêter ses 30 ans. Reprise depuis 5 ans par la deuxième génération, elle compte plus de 500 sociétés clientes en Belgique et au Luxembourg dont des PME.**

JACQUELINE REMITS

Trente ans, c'est l'occasion célébrer cet anniversaire, mais aussi de faire le point sur le chemin parcouru. *« Pour cet événement, nous avons voulu un programme de qualité avec des intervenants de haut niveau,* commence Serge Thioux, administrateur gérant, depuis 8 ans chez A-Th. *Notre entreprise compte trois décennies et elle est pérenne. C'était aussi le moment d'officialiser le passage de témoin entre notre père et ma sœur Christine, administrateur délégué, dans la société depuis 18 ans, et moi, tous psychologues. En réalité, nous gérons déjà la société depuis 5 ans et notre père est toujours actif. La deuxième génération a bien pris la relève. »*

## Proche des entreprises

En 1984, après avoir travaillé une vingtaine d'années dans les ressources humaines, André Thioux fonde A-Th. *« Après une remise en question, en alliant son métier de base, la psychologie, et les compétences acquises au cours de sa carrière, il se lance à son compte dans l'outplacement,* se souvient Christine. *Ce concept existait aux États-Unis depuis les années 1960 et démarrait en Belgique. »* Il ouvre un bureau en région liégeoise et un à Bruxelles. Il démarre seul et, grâce à son réseau RH, il développe le concept en Belgique. *« À l'époque, on le prenait pour un fou. Les dirigeants étaient d'accord de payer pour recruter, mais pas pour faire sortir quelqu'un. 'Les préavis coûtaient déjà assez cher, pourquoi aurait-il fallu encore payer un package d'accompagnement pour une personne dont on ne voulait plus ?',* disaient-ils. » Au fil du temps, les mentalités évoluent et cette pratique est intégrée aux ressources humaines. La société se développe. *« Nos interlocuteurs privilégiés sont les DRH et les directeurs généraux, souvent de multinationales. Des personnes choisissent de venir nous rejoindre comme indépendants. Au bout de 30 ans, nous sommes 17, employés et indépendants, répartis sur 5 sites, à Namur, La Louvière, Bruxelles, Liège et au Luxembourg. Nous avons multiplié les sites pour nous rapprocher des entreprises et des personnes. Nous sommes consultants itinérants, amenés à voyager d'un site à l'autre en fonction du travail. »*

En 30 ans, l'outplacement a fortement évolué. *« En 1984, il se faisait sur base volontaire, négocié dans le package des départs entre les patrons et les personnes sortantes, et à plus de 90 % pour des cadres. Dans les années 1990, la Fondation Roi Baudouin a demandé s'il était possible d'accompagner un public plus défavorisé. Nous avons participé au projet Objectif 2000 qui consistait à travailler avec des personnes ayant 10 ans de chômage, qui étaient donc plus difficile à réinsérer. Le taux de réussite a été de 98 %. Suite à ce projet, une loi est sortie pour aider ce public et, en particulier, les 45 ans et plus. L'outplacement a été rendu obligatoire à partir de 45 ans. Notre père a initié une association avec les 7 autres cabinets existants alors. »*

## Top qualité partout en Belgique

Aujourd'hui, l'outplacement s'est fortement généralisé aux ouvriers, employés, cadres et personnel de direction. *« Nous avons choisi de nous occuper de tous. La philosophie générale reste la même, mais les accompagnements sont adaptés à chaque personne. Alors qu'auparavant, nous nous adressions plutôt aux multinationales, aujourd'hui, les PME font aussi appel à nous. C'est une très bonne chose. Cela a démultiplié la concurrence avec plus de 500 sociétés clientes aujourd'hui. L'outplacement a chuté en réputation. Le message que nous avons voulu faire passer pour nos 30 ans est que nous gardons le top qualité de départ à tous niveaux. Nous sommes le dernier bureau à travailler de manière individuelle, qualitative, avec garantie de résultat et un taux de réussite exceptionnel. Nous sommes restés indépendants, contrairement à la majorité de nos concurrents. »*

Depuis 5 ans, A-Th élargit son cœur de métier et se diversifie. *« Outre l'outplacement, nous développons la gestion de carrière, le coaching, les conseils en stratégie RH et la stratégie business. Grâce à notre partenaire néerlandophone indépendant couvrant la Flandre, nous pouvons être actifs partout en Belgique. »*

La 2e génération d'A-Th : Serge Thioux (administrateur gérant) et Christine Thioux (administrateur délégué)

**A-TH**
Rue de Herstal n° 28 A
à 4680 Hermée
Tél : 04/278.69.03
www.a-th.com

Opéra Royal de Liège Wallonie

**Rendez votre événement inoubliable…**
à l'Opéra Royal de Wallonie-Liège.

Profitez des différents espaces et du cadre prestigieux de l'Opéra Royal de Wallonie-Liège pour accueillir vos relations d'affaires et organiser:

- vos réunions,
- votre assemblée générale,
- un dîner d'affaires,
- une conférence,
- un cocktail,
- le lancement de votre produit,
- un concert…

RÉALISÉ AVEC L'AIDE DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES (DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CULTURE, SERVICE DE LA MUSIQUE) ET AVEC LE SOUTIEN DE LA PROVINCE DE LIÈGE ET DE SON SERVICE DES AFFAIRES CULTURELLES


# Un potentiel de 4000 emplois !

## Votre CCI se mobilise et vous informe !

Le projet RenoWatt, lancé par le GRE-Liège, est **un vaste projet de rénovation énergétique des bâtiments publics** en province de Liège. Dix entités publiques (8 communes ainsi que la Province de Liège et Liege Airport) ont déjà rejoint ce programme. RenoWatt soutiendra le montage des projets d'investissement en rénovation énergétique de plus de 40 millions d'euros pour celles-ci à court terme.

**En tant qu'acteur du secteur de la rénovation, vous souhaitez plus d'informations sur ce projet de grande envergure ?**

Votre CCI vous invite à une info-session qui vous présentera en détail les axes du programme RenoWatt (timing, contenu), et toutes les opportunités qui pourraient en découler pour vous.

**Dates des sessions :**
Mardi 03/02 à Liège et vendredi 13/02
à Verviers de 12h00 à 14h00

**Infos et inscriptions :**
Céline : **ck@ccilvn.be - 04/341.91.76**

RENOWATT by GRE LIÈGE

CCI LIÈGE-VERVIERS NAMUR

studiopointcarre.be

[Brasserie de Marsinne]

# La Léopold 7, ÉPATANT !

- La Léopold 7, une blonde ambrée moyennement alcoolisée
- Deux jeunes entrepreneurs derrière un projet d'un million d'euros d'investissement
- Un projet d'implantation d'une brasserie au Cap, en Afrique du Sud

ALAIN & ISABELLE BRAIBANT

Il apparaît que certains étudiants, farfelus ou futés, brassent leur propre bière, un moyen plus économique voir original de se mettre au diapason des diverses guindailles qui jalonnent la vie estudiantine…

C'est dans la baignoire de leur kot de Louvain-la-Neuve que Nicolas Declercq et Tanguy Van Der Eecken ont brassé leurs premières bières, il y a plus de dix ans ! Une pratique qu'ils ont affinée avec le temps puisque aujourd'hui, ils sont les créateurs et les producteurs de la Léopold 7, une blonde ambrée, produit exclusif de la brasserie qu'ils ont lancée à Marsinne, un hameau de Couthuin, en Hesbaye.

Le site, un magnifique ensemble de fermes hesbignonnes, abritait déjà une brasserie au 17e siècle. Le dernier de ces brasseurs du passé, Léopold, a inspiré Tanguy et Nicolas qui ont baptisé de son nom leur précieuse blonde.

## Un million d'investissement

Le projet est pensé en 2010 et trouve sa réalisation en 2012. Deux ans donc pour monter l'entreprise, avec 122.000 € de fonds propres et, forcément, une « course aux capitaux ». Finalement, la SOWALFIN décide de garantir un emprunt de 250.000 € octroyé par la SIAW, la branche de la SRIW dédicacée au secteur de l'agronomie. À cela s'ajoutent une prime à l'investissement de 12,5 % et un prêt important du Crédit Agricole. Total de l'investissement : près d'un million d'euros. Sans financement extérieur, le projet n'était évidemment pas viable, mais c'est sur la vitalité des deux jeunes brasseurs et leur cohérence relationnelle que repose réellement la démarche, par la complémentarité de leurs personnalités et de leurs compétences.

Nicolas Declercq (co-fondateur)

Tanguy Van Der Eecken (co-fondateur)

## Une bière pas trop forte

Au départ, face à un marché belge sursaturé, Nicolas et Tanguy visent exclusivement l'exportation, ce qui motive leur choix de brasser une bière moyennement alcoolisée, à 6,2°. Les bières belges sont en effet bien connues et réputées à l'étranger mais elles sont un peu fortes. À l'heure actuelle pourtant, 80 % de la production est distribuée en Belgique, dans la plupart des supermarchés et des « drink market » mais la teneur en alcool n'a pas changé… Les 20 % restants partent vers l'Espagne, la France, l'Afrique du Sud, l'Italie, la Colombie et Taïwan. Et l'affaire semble prendre une tournure prometteuse : 1.200 hectolitres de bière sont sortis de la brasserie l'année dernière et à partir de ce mois de janvier, les deux brasseurs, uniques employés de la brasserie à l'heure actuelle, pourront enfin s'octroyer un salaire !

## Écologie

Nicolas et Tanguy sont de la génération de ceux pour qui compte le concept de développement durable : une seule bière est brassée afin de modérer la consommation d'énergie et réduire les pertes. Pour 100 litres de moût, la brasserie de Marsinne produit 98 litres de bière alors que la moyenne se situe entre 80 et 90 litres. La plupart des matières premières sont issues de l'agriculture biologique et achetées dans un rayon de vingt kilomètres autour de la ferme. Leurs efforts en ce sens ont été récompensés par le Grand Prix Wallon de l'Entreprenariat 2014, dans la catégorie du développement durable. Les deux compères n'ont pas l'intention de s'arrêter en aussi bon chemin. Ils réfléchissent à un projet d'implantation d'une brasserie au Cap, en Afrique du Sud ! Deux personnes, dont un stagiaire financé par l'AWEX, sont sur place pour développer le marché et dès que les ventes atteindront 1.500 hectolitres – aujourd'hui on en est à 400 -, le nouvel atelier sera installé dans un bâtiment situé à proximité du port de plaisance du Cap, un endroit superbe, paraît-il.

Une seule bière peut-être mais beaucoup d'envergure...

**BRASSERIE DE MARSINNE**
Rue de la médaille n° 17 à 4218 Couthuin
Tél. : 0476/28.00.98 – www.leopold7.com

**NEW PEUGEOT 508**

**MOTION & EMOTION**

PEUGEOT

L/100 KM $CO_2$ G/KM NEW 508 : 3,4-6,2 • 85-150 | NEW 508 SW : 4,0-6,3 • 105-154

Informations environnementales (AR 19/03/2004) : www.peugeot.be

PEUGEOT | GARAGE BAUDOUIN PIERRE HUY/NAMUR
*www.peugeot-namur-huy.be*
Huy - Namur

PEUGEOT | Schyns
*www.peugeotschyns.be*
Awans - Chênée - Eupen - Herve - Malmedy - Verviers - Visé

PEUGEOT | WAREMME
*www.peugeot-waremme.be*
Waremme

# [Royal App Force]

# Prête à faire décoller vos ventes

- Une société spécialisée dans le développement d'applications B2B
- Une touche de ludique pour une utilisation plus efficace
- Une première app' spécialement dédiée aux commerciaux

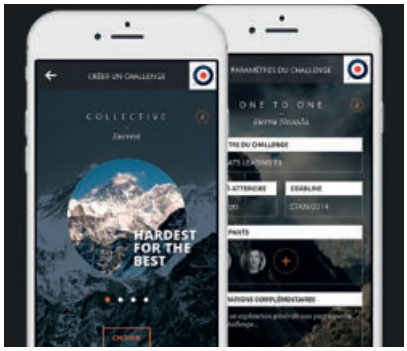
CÉLINE LÉONARD

En 15 années d'expérience professionnelle, Dominique Mangiatordi s'est taillé une solide réputation dans le monde du web. Co-fondateur de l'agence de communication Globule Bleu, l'homme a porté la casquette de Directeur Marketing du groupe Proximedia avant de s'envoler, voici trois ans, pour le Sud de la France. *« J'y ai reçu une proposition qui ne se refuse pas : le poste de directeur d'123devis.com, leader français de la mise en relation entre particuliers et artisans. »* L'expérience hexagonale est un succès : 42 % de croissance la première année. Et pourtant… *« L'envie de me retrouver à la tête de ma propre entreprise n'a pas tardé à refaire surface. J'aspirais à replonger mes mains dans le cambouis, goûter à nouveau au terrain de l'entrepreneuriat. »* Une envie concrétisée voici quelques semaines avec la création de Royal App Force.

Dominique Mangiatordi, « capitaine » de Royal App Force

## Du jeu en entreprise

*« Royal App Force est une société spécialisée dans le développement d'applications B2B avec une touche de gamification. En d'autres termes, nous apportons une pointe de ludique à nos concepts pour rendre leur utilisation plus efficace »*, poursuit Dominique Mangiatordi. Première née de Royal App Force, l'application Peak me up a fait ses débuts sur le marché. *« Il s'agit d'une app spécialement dédiée aux commerciaux, un public joueur dans l'âme par excellence. Elle poursuit un double objectif : briser la solitude du commercial sur la route et instaurer une culture du challenge au sein de l'équipe. Au travers de cet outil, le directeur commercial (ou général) peut féliciter ses collaborateurs en temps réel, les encourager au besoin mais aussi leur lancer des défis. Un classement des meilleurs vendeurs est établi. Le tout, bien entendu, dans un esprit fun et second degré. Sous couvert d'une apparence ludique et décalée, le but ultime est évidemment de stimuler les ventes. »*




Pour commercialiser ce concept, Royal App Force a opté pour un modèle freemium : *« Jusqu'à 6 commerciaux, l'application est gratuite. Au-delà, nous demandons 14,90 € par commercial par mois ou 9,90 € si l'équipe compte plus de 25 collaborateurs. »* À peine lancée, Peak me up a déjà séduit plusieurs entreprises sur la scène belge. *« Les commerciaux de Proximedia l'ont d'ores et déjà adoptée. Nous lançons également des pilotes chez Ergo, Belfius, Saint-Gobain… Passée une certaine période de rodage, nous sommes convaincus qu'une entreprise peut espérer un accroissement de 15 % de ses ventes grâce à cet outil. »*

## Une application pour le secteur du recrutement

Non content de ce premier succès, l'équipage de Royal App Force entend bien poursuivre sa marche en avant. *« Notre ambition est de compter 1.000 utilisateurs d'ici le mois de juin 2015. Nous serons alors suffisamment costauds que pour envisager une levée de fonds. Jusqu'à présent, nous avons tout développé sur fonds propres mais nous n'avons pas la prétention de croire que nous pouvons prendre seuls notre véritable envol. Cette levée nous permettrait d'atteindre notre objectif de 20.000 commerciaux en 2017. »*

Autre projet pour la jeune entreprise : lancer de nouvelles applications sur le marché. *« Nous aimerions en sortir une tous les trois mois. Une app' dédiée au secteur du recrutement devrait ainsi voir le jour au printemps suivie, en été, d'une consacrée à la gestion de projet. »*

À noter que les applications pensées par Royal App Force sont déclinées en anglais et néerlandais. De quoi permettre à la créative entreprise de lorgner sur l'international…

**ROYAL APP FORCE**
www.royalappforce.com

# 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 estimez 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
- pour vos brochures et site internet
- afin de bénéficier de tarifs très intéressants (possibilité de réduction de 50 % HTVA)

CCI

**Renseignez-vous auprès de votre Chambre de Commerce & d'Industrie :**
Brabant wallon : 067/89.33.33 • Hainaut : 071/32.11.60
Wallonie picarde : 056/85.66.66 - 069/89.06.89
Liège/Verviers/Namur: 087/29.36.36

[Anne Relekom]

# LAISSEZ-VOUS CONTER VOTRE CARRIERE

**Un énorme bouquet de fleurs, des bouteilles de vin, une parure de stylos…: autant de possibles cadeaux qu'une entreprise peut offrir à l'occasion d'un départ à la retraite. Loin de ces classiques idées, Anne Relekom propose, aujourd'hui, un service original aux sociétés: écrire l'histoire de la vie d'un futur retraité. Rencontre avec une amoureuse des lettres.**

CÉLINE LÉONARD

© Vitaliy Kytayko

Sa carrière professionnelle, Anne Relekom l'a grandement passée dans l'univers de la radio. Elle fut ainsi successivement responsable commerciale de *Nostalgie* puis de *Chérie FM*. Parallèlement à ce monde du son, cette sociologue de formation a toujours cultivé un certain attrait pour l'écrit. Raison pour laquelle elle s'est lancée, voici plusieurs années, dans la rédaction de biographies. *« À ce jour, j'en ai rédigé une petite douzaine. Des récits dédiés à des personnes âgées, mais pas seulement. Je garde ainsi un poignant souvenir d'une jeune mère de famille qui, se sachant condamnée, a voulu laisser un témoignage à ses enfants. »*

Anne Relekom ne se voit pas comme une psychologue. *« Et pourtant, j'ai souvent eu l'impression d'être la première à véritablement écouter ces gens. Au travers de cet exercice, ces derniers se sont parfois sentis réhabilitées en tant que personne dont la vie intéresse les autres. De mon côté, l'exercice s'est également avéré enrichissant. Je me suis, notamment, rendue compte qu'il a fallu que je rédige ces biographies pour prendre conscience de ce que nos parents et grands-parents avaient vécu durant la guerre. À quel point cette époque de terreur les avait marqués au fer rouge. »*

## Une méthodologie éprouvée

Pour faire naître ces récits de vie, la méthodologie observée se veut toujours la même: *« Je rencontre mon interlocuteur une dizaine de fois. Des entretiens d'une heure (pas davantage au risque sinon de tourner en rond) espacés d'une semaine. J'enregistre les conversations avant de les retranscrire. Un travail conséquent impliquant de replacer les éléments dans l'ordre chronologique et de les réécrire fidèlement à la personnalité de l'interviewé. »*

## Un concept à destination des entreprises

Au fil du temps, Anne Relekom a étendu son offre de services. Elle s'est ainsi lancée dans des biographies d'un jour. *« Je me mêle à une journée particulière dans la vie d'une famille: un mariage, une naissance… Je recueille ci et là des témoignages que je compile avant de remettre, au terme du travail d'écriture, un livre en x exemplaires au format poche. »*

Aujourd'hui, l'auteur liégeois ajoute une nouvelle corde à son arc en proposant un concept novateur aux entreprises: écrire l'histoire de la vie d'un futur retraité. *« Pour nombre de personnes, le départ à la retraite est un moment anxiogène. Outre son aspect gratifiant, cette biographie professionnelle serait un moyen de rendre ce passage moins abrupt. Elle se composerait d'interviews de collègues, de membres de la direction, du voisin qui voyait partir le futur retraité chaque matin, de son épouse ou époux… Bref, tous ceux qui, de près ou de loin, ont gravité autour de sa carrière. Pour l'entreprise, cette somme de souvenirs est le moyen de ne pas voir s'évaporer un pan de la vie de la firme, un certain savoir et savoir-faire. Pour le futur retraité, c'est la possibilité de passer de l'ombre à la lumière, de prendre conscience que nous avons chacun une vie importante aux yeux de nos collègues, amis et proches. »*

Anne Relekom, une biographe originale

**ANNE RELEKOM**
Gué d'Amont n°37 à 4130 Esneux
Tél.: 0496/34.86.43 – anne@relekom.be

# YOUNG CCI NETWORK TELEVESDRE

## (LE TREMPLIN) 26 novembre 2014

Chaque évènement organisé dans le cadre du programme Young CCI Network répond à un triple objectif : apprendre, partager et networker. La dernière soirée en date n'a pas dérogé à cette règle. Côté apprentissage, la parole avait été donnée à Fred Colantonio. L'auteur de *L'Attitude des héros* s'est exprimé sur le thème de la signification. L'occasion pour les participants de trouver le sens de ce qui les anime et de découvrir, peut-être, le héros qui sommeille en eux.
Côté partage et Networking, la traditionnelle moulinette des tables et les réjouissances gastronomiques ont comme d'accoutumée été au rendez-vous dans l'ambiance qui caractérise ces events.

**C.L. © STEPHAN KERFF**

**Présidé par Bruno Venanzi (CEO – Lampiris), YCN est :**
- Un réseau de 700 chefs d'entreprises âgés de moins de 45 ans
- visant à favoriser les relations d'affaires entre jeunes patrons
- autour d'un programme d'activités exclusivement réservé à cette cible

**LÉGENDE :**

**1 & 2** Visite des infrastructures de Télévesdre au sein du site Le Tremplin à Dison

**3 & 4** Fred Colantonio durant sa conférence

**5** Jean-Luc Malherbe (Le Clos des Bouleaux) et Bernadette Bertemes (Ingenium RH)

**6** Vincent Remion (EBAC Auto) et Samuel Bragard (Enersol)

**7** Emmanuelle Uhoda (Equilogue) et Caroline Muraille (Parallaxe)

**8** Caroline Lejeune (Bureau immobilier Liboy-Lejeune)

**9** Philippe Deliège (Estocada) et Urbain Ortmans (Télévesdre)

**10** Lionel Hacourt (Boyens Michel) et Arnaud Roufosse (Télévesdre)

**11** Olivier Bronne (Etilux) et Christophe Naa (Equip' Source Humaine)

**12** Ophélie Demoulin (Media Markt) et Didier Zovi (Euro Fides)

**13** Grégory Schoorman (Business Center Wallonie) et William Gresse (Lampiris Pro) testant l'animation proposée par Media Markt

2

3

6

7

10

11

13

# MADE in THIMISTER

## 1er DÉCEMBRE 2014 – ATELIERS JEAN DEL'COUR

C.L. ©STEPHAN KERFF

Pour cette dernière soirée MADE IN de l'année 2014, la CCI avait pris la direction de l'est de la province de Liège. Cap sur Thimister-Clermont, commune de plus de 5.000 âmes, nichée en plein cœur du pays de Herve.

Sur le plan économique, le principal atout de Thimister-Clermont réside évidemment dans le zoning des Plenesses. La commune a consenti, depuis de nombreuses années, de gros efforts financiers pour assurer le développement de ce parc industriel qui compte désormais 175 ha dont 120 situés sur Thimister- Clermont. Depuis 1995, plus de 130 entreprises sont venues s'y installer. Des sociétés séduites, notamment, par le positionnement de la commune située à moins de 30 minutes des villes de Liège, Aix-la-Chapelle et Maastricht.

### THIMISTER-CLERMONT : LES CHIFFRES CLÉS

- Superficie (km²) : 28,7
- Nombre d'habitants : 5.438
- Nombre d'entreprises : 164
- Nombre de salariés : 2.062
- Nombre d'indépendants : 458

| TAILLE DES ENTREPRISES | NOMBRE ENTREPRISES | NOMBRE DE TRAVAILLEURS |
|---|---|---|
| 1 à 9 travailleurs | 75 % | 17,2 % |
| 10 à 49 travailleurs | 20,7 % | 36,8 % |
| 50 à 199 travailleurs | 3,7 % | 34,4 % |
| 200 à 499 travailleurs | 0,6 % | 11,7 % |
| 500 et + | 0 % | 0% |

**LÉGENDE :**

**1** Dany Drion (Ateliers Jean Del'Cour – Administrateur Délégué)

**2** Didier d'Oultremont (Commune de Thimister-Clermont - Bourgmestre)

**3 - 4** Séance académique

**5** Visite des infrastructures des Ateliers Jean Del'Cour

**6** Bernard Adam (Adam Pumps), Luc Servais (Ateliers Cerfontaine) et Denis Ortmans (Ortmans)

**7** Jean Haine (Enianet Belgium) et Guido Derom (Enersol)

**8** Alain Klinkenberg (Atelier du Monceau) et Didier Bronne (Etilux)

**9** André Jacquinet (Enersol) et Axel Dumont (Rewise)

**10** Samuel Bragard (Enersol), Simon Fabry (Arden'Lorraine) et Henri Erpicum (Atelier du Val du Geer)

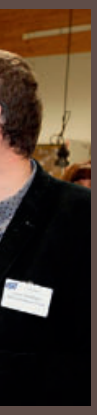
**11** Xavier Etienne (Detry), Quentin Ravyts (ECS – European Control Services) et Didier Camal (Copilot)

**12** Sébastien Dupont (Atelier Jean Del'Cour) et Michel Schwanen (René Schwanen & Fils)

3

4

5



7

8

9

10

11

12

**RETROUVEZ LES VIDÉO-REPORTAGES CONSACRÉS À 5 FABRICANTS THIMISTÉRIENS SUR :**
www.youtube.com/madeincciconnect

# VOYAGE AU PAYS DES COACHS

**Les coachs pullulent. Formés à la va-vite ou autoproclamés, trop d'individus s'attribuent, aujourd'hui, ce titre. Sans remettre en cause l'utilité du métier, Alain Hosdey nous invite à opérer un tri dans le monde du coaching. « Ai-je besoin d'un coach ? », telle est la question à laquelle vous pourrez répondre au terme de cet ouvrage.**

CÉLINE LÉONARD

### CCImag' : Est-il temps de faire le tri parmi les coachs ?

**A.H. :** « Je le crois ! Le coaching est aujourd'hui devenu trop souvent un effet de mode. La notion de coach est utilisée à toutes les sauces. Ainsi, on ne parle plus de diététicien mais de coach en nutrition. Un décorateur est devenu un coach en décoration ; un coiffeur un coach capillaire. Cette multiplication des acteurs jette le trouble sur le monde du coaching. Pour retrouver sa crédibilité, un tri doit être opéré. »

### CCImag' : Bien que critique, votre livre ne remet pas en question l'utilité du coaching…

**A.H. :** « Non, il ne faut pas douter de l'utilité du métier. Nombre de personnes exécutent leurs missions de manière professionnelle et les résultats atteints par leurs clients démontrent au moins une efficacité relative. Malheureusement, le marché est encombré de coachs insuffisamment formés, voire autoproclamés. On ne peut, au terme d'une centaine d'heures de formation, espérer gérer des situations professionnelles/privées complexes. »

### CCImag' : Ces apprentis coachs représentent-ils un danger pour autrui ?

**A.H. :** « Ils le peuvent. Souvent inconsciemment. J'ai encore un mémoire un pseudo-coach qui affirmait avec aplomb qu'il pouvait traiter un cas de burn-out. Le burn-out est une maladie réelle nécessitant un traitement de fond et une longue guérison. Il est le terrain des psychologues médicaux, des neuropsychiatres… mais pas des coachs ! »

### CCImag' : Où commence le terrain des coachs ?

**A.H. :** « Le coaching n'est pas à confondre avec une psychothérapie déguisée. Il s'adresse à des personnes traversant une période d'interrogation mais ne connaissant pas de troubles psychologiques particuliers. S'y retrouveront ainsi ceux qui se questionnent sur le sens de leur travail, qui se sentent submergés par leur job et aspirent à lever le nez du guidon, qui voudraient évoluer vers une autre fonction, évoluer vers un plus grand bien être… »

### CCImag' : Comment reconnaître un bon coach ?

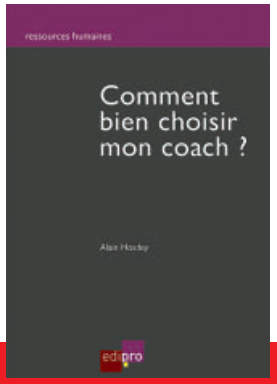
**A.H. :** « Cela se fait un peu au feeling. Ainsi, lors de votre premier contact téléphonique, vous a-t-il donné l'impression de s'intéresser à vous ou a-t-il beaucoup parlé de lui ? Avait-il une voix de jeunot (coach est plutôt un métier de 2e vie) ? Lors du premier rendez-vous, vous donne-t-il des informations sur la méthodologie et les outils qu'il va utiliser ? Vous apporte-t-il une écoute attentive, chaleureuse ? Vous sentez-vous bien en sortant de chez lui ou éprouvez-vous un sentiment bizarre ? N'hésitez pas, par ailleurs, à poser certaines questions : « Quelle est votre formation en coaching ? », « Avez-vous déjà traité des cas similaires ? »… Quand on consulte un coach, on est habituellement à un moment important de sa vie. Il ne faut donc pas prendre ce choix à la légère. »

### CCImag' : Le métier doit-il être davantage régulé ?

**A.H. :** « C'est une nécessité. Certaines institutions académiques, écoles et associations de coachs y travaillent. Mais cette régulation est encore trop incomplète. »

### L'auteur

Licencié en psychologie, **Alain Hosdey** a évolué, 40 ans durant, dans le monde de l'entreprise en tant que conseiller en ressources humaines (recrutement et sélection, outplacement, formation, accompagnement de cadres et dirigeants, audits…) Directeur scientifique dans des écoles de commerce, il est également l'auteur d'une quinzaine d'ouvrages dédiés au monde de la GRH.

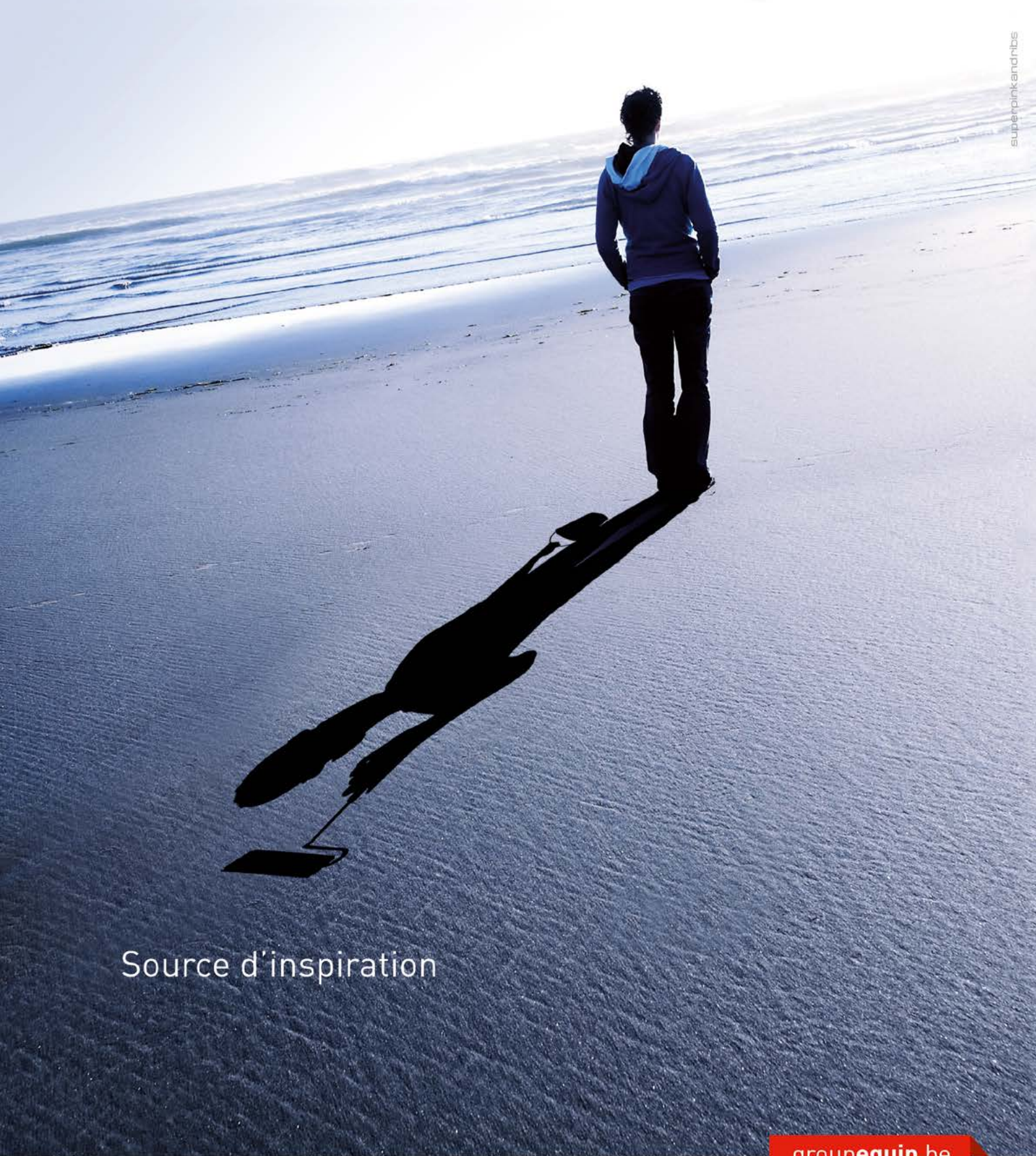



**Hosdey A.,**

**COMMENT BIEN CHOISIR SON COACH**

Liège, Edipro, 2014, p.208 (29€)

www.edipro.eu




groupequip.be

ÉQUIP
source humaine

intérim / recrutement et sélection / outplacement / consultance

# We need special Heroes

iconoclash.biz

## ANALYSTE DEVELOPPEUR SENIOR DELPHI

L'équipe est à la recherche d'un analyste développeur senior Delphi. Il s'intégrera dans l'équipe pour planifier en coordination avec l'assurance qualité le rythme croissant des fonctionnalités au service du client.
Il participera aussi au développement des parties essentielles des nouvelles technologies logicielles à intégrer.

Expérience probante en développement Delphi et en gestion d'équipe.

Silicon Brain est un éditeur de logiciel ERP (Solution totale)
Ce logiciel est développé à Liège en collaboration avec un bureau R&D au Luxembourg.
Il est leader dans le marchés de la gestion des PME industrielles.

## Are you this kind of Hero ?

Envoyez votre CV à Benoît Claeys
benoit.claeys@silicon-brain.com

SILICON BRAIN
HIGH-TECH SOFTWARE