

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

cci mag

MENSUEL N° 02
FÉVRIER 2014
ÉDITION BRABANT WALLON -
HAINAUT - WALLONIE PICARDE

L'INVITÉ

Jean-Nicolas D'Hondt

(Pollet, Cleaning & hygiène solutions)

LE DIGNE HÉRITIER
DE LA DOYENNE BELGE

Dossier

ENTRE ARTISANAT ET INDUSTRIALISATION

www.ccimag.be

Une solution pour
chaque archive.



Grandes ou petites.



tellement plus que l'archivage



Archivage
papier et film



Démagnétisation



Conservation de
supports magnétiques



Numérisation et
archivage numérique



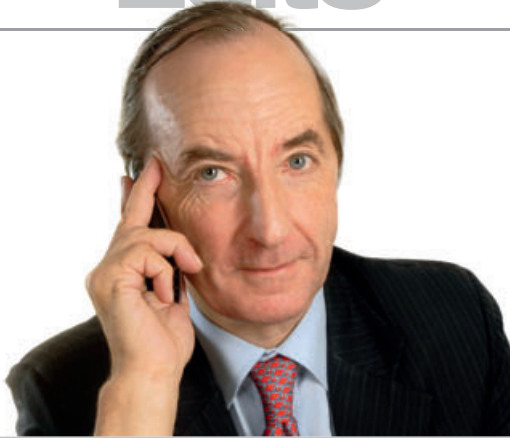
Software Escrow



Archives labo,
pharmaceutiques et ULT



Consultancy



Artisanat: un secteur économique ouvert aux autres

L'artisanat est le secteur le plus diversifié de l'économie en raison de la variété de ses produits et de ses réalisations, de l'étendue de ses compétences et de la provenance de ses prestataires. Chacun de nous consomme et utilise quotidiennement des produits fabriqués et des services prestés par les entreprises artisanales : boulanger, soudeur, mécanicien garagiste... Mais l'artisanat fait aussi fonctionner l'industrie et les autres secteurs économiques, par exemple en assurant la maintenance de leurs équipements ou en soutenant leurs activités en sous-traitance.

Le secteur occupe bon nombre de travailleurs compétents et parfaitement qualifiés. Trop souvent perçu comme une orientation de type presque exclusivement manuel, il est néanmoins en mutation et s'ouvre à des profils en constante évolution. On y recense d'ailleurs des effectifs de plus en plus qualifiés et une part croissante de travail intellectuel.

À l'écoute des besoins de ses membres, en constante recherche de main-d'œuvre qualifiée et désireuse de susciter des vocations d'entrepreneurs, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Wallonie Picarde a décidé de porter, en collaboration avec les deux Comités Subrégionaux de l'Emploi et de la Formation, des projets comme « Exploration Entreprise » ou « Génération outil ».

Pleinement consciente que son développement passe par sa capacité à gérer son niveau de qualification, la Wallonie picarde veille, en effet, à développer une synergie entre les différents acteurs et initiatives en la matière.

Les projets susmentionnés visent donc le rapprochement du monde de l'entreprise et du monde de l'éducation et de la formation. Et qui mieux que les artisans pourra transmettre aux plus jeunes un savoir si particulier ? En fin de carrière, ils disposent des compétences, de l'envie de partager leur passion et souvent d'un peu plus de temps !

La sensibilisation des jeunes à la diversité des métiers et une meilleure connaissance de leur environnement économique est l'un des objectifs de ces diverses actions. À long terme, ce rapprochement permettra non seulement de valoriser l'enseignement technique, trop souvent dénigré ou synonyme d'échec scolaire, et d'éviter les pénuries de certains métiers...

PAUL BERTRAND,
PRÉSIDENT DE LA CCI WALLONIE PICARDE



L'artisanat se singularise par sa transmission continue des connaissances et compétences à la génération future par une formation professionnelle et pratique...

CCI Brabant Wallon

(Parc d'Affaires « Les Portes de l'Europe »)
Avenue Schuman, 101 - 1400 Nivelles
www.ccibw.be - info.ccibw@ccibw.be

CCI Hainaut

Siège de Charleroi
Avenue Général Michel 1c - 6000 Charleroi

Siège du Centre
Place de la Hestre, 19 - 7170 La Hestre

Siège de Mons
Parc Initialis - Bld André Delvaux, 3 - 7000 Mons
www.ccih.be - info@ccih.be

CCI Wallonie picarde

Siège de Mouscron
Boulevard Industriel, 80 - 7700 Mouscron

Siège de Tournai
Rue Terre à Briques, 29A - 7522 Tournai Marquain
www.cciwapi.be - info@cciwapi.be



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

Éditeur responsable
Marc Chapelle

Chef d'édition

Stéphanie Heffinck
Tél. 067/89.33.36
ccibw.magazine@skynet.be

Publicité

Solange Nys
04/341.91.67
solange@ccimag.be

Journalistes

Camille Desauvage, Stéphanie Heffinck,
Céline Léonard, Bob Monard, VDA.

Dossier

Stéphanie Heffinck, Céline Léonard

Photos

Invité du Mois : Reporters

Maquette et mise en page

Mwp Communication - www.mwp.be

Impression

AZ Print

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



Mensuel N° 02
 Février 2014
 EDITION BRABANT WALLON
 HAINAUT - WALLONIE PICARDE

Zoom

RSE : le choix de ses partenaires...

8

Les « ETA », entreprises de travail adapté, proposent quelque 200 services et produits. Zoom sur trois d'entre elles pour qui la différence n'empêche pas la productivité !



Analyse sectorielle

Question d'image...

10

Les produits personnalisés ont de plus en plus la cote. Certaines sociétés l'ont bien compris, offrant petits chocolats ou bonbons, sacs en papier à votre image...



Honest Talk

Pascale Delcomminette 22 WBI

Administratrice générale adjointe de WBI (Wallonie-Bruxelles International), Pascale Delcomminette est entrée en fonction ce 1er janvier. Elle nous expose l'intérêt que revêt cet organisme pour les entreprises et la complémentarité de celui-ci avec l'AWEX.



P. Delcomminette

L'invité

Jean-Nicolas D'Hondt 4 Pollet, Cleaning & hygiène solutions

Le digne héritier de... la plus ancienne entreprise familiale de Belgique revient sur le caractère avant-gardiste d'une société spécialisée dans le service aux professionnels du nettoyage, attentive depuis longtemps à l'environnement. A 33 ans, il applique une logique de « faire moins mais mieux » au sein de son entreprise...



© Reporters

Dossier

Entre artisanat et industrialisation

13

Artisans, ils l'étaient à la base... et souhaitent le rester, même s'ils ont parfois bien grandi. Ils ont donc dû adapter leur mode de fonctionnement, investir dans des outils plus perfectionnés, se faire à l'idée d'un process plus industrialisé. Mais la main de l'homme est toujours celle qui soigne les animaux, intervient dans le mélange d'ingrédients, empaquette certains produits et les yeux de l'homme restent rivés sur la moindre imperfection. Dans l'activité de nos chefs d'entreprise de ce mois, les notions de soin, qualité, service ont été précieusement conservées.



Dolfin

Dolfin :

des recettes subtiles concoctées par des maîtres chocolatiers

14



La Ferme de la Tour

Siroperie Meurens :

perpétuer une tradition de 400 ans

14

La Ferme de la Tour :

irréductiblement artisanal !

15

L'asinerie du Pays des Collines :

une affaire familiale

15



Asinerie du Pays des Collines

Tilman :

l'herboristerie artisanale devenue Entreprise de l'année

16

Distillerie de Biercée :

un savoir-faire ancestral

16



Belgaufre

Glacieri Carette

Belgaufre :

des ingrédients intégrés manuellement dans des gaufres sucrées et salées...

17

Les notes de mon jardin :

l'importance de la main sur le produit

18

Glacieri Carette :

un esprit et une manière de travailler artisanaux

18



Les notes de mon jardin

Bonbons à l'ancienne :

la belle épopée du cuberdon

19

Jean-Philippe Darcis :

ne pas franchir la barrière de l'industrialisation

21



L'Economie en images

Nomacorc® : des bouchons par millions 24

Grand amateur de vin, Gert Noël consacra 6 années au développement du bouchon Nomacorc®. Aujourd'hui leader mondial dans le secteur du bouchage alternatif, son entreprise écoule ses bouchons par millions aux quatre coins de la planète.



En bref

L'actualité du chef d'entreprise 28



Au programme de cette édition : le Prix belge de l'énergie et de l'environnement, la réforme du système de groupement d'employeurs, un guide pour la prévention des risques psychosociaux au travail... et bien d'autres infos encore !

Boîte à outils

Le conseiller en prévention : en totale indépendance 30

Quel que soit le secteur d'activités de l'entreprise, il lui faut un conseiller en prévention. Quel cadre pour la fonction, quels conseillers en prévention ? Les réponses de Vincent Lotin de Vidyas...

Marketing et communication: comment mesurer le retour sur investissement ? 32

Dans un contexte économiquement rude, les entreprises attendent plus que jamais un retour concret lorsqu'elles consacrent quelques deniers à leur marketing et à leur communication. Mais comment mesurer ce retour ? Les réponses de Nadine Lino, directrice de l'agence Lusis Communication.

Portraits

Inytium fait le show 7

La société va intégrer les techniques audiovisuelles et l'automatisation du pavillon Eiffel ! Un splendide contrat de plus...

La pataterie s'installe en Belgique 37

Leader sur le segment économique de la restauration commerciale assise, l'enseigne a fait de la pomme de terre son produit phare...

Nouvelle dimension : donnez une nouvelle dimension à votre image ! 38

Nouvelle Dimension vous conseille, vous guide et coordonne la gestion globale de votre image d'entreprise.



Autos

La mariée était trop belle ! 35

Comment choisir sa voiture d'occasion ? A quels éléments être attentif pour ne pas repartir avec une mariée qui vous aura caché un passé tumultueux ? Et, dans un autre registre, quels sont les atouts du nouveau Nissan Qashqai ?



Vie de nos entreprises

Des news de nos entreprises 39

Le Salon de l'Emploi et de la Formation de Sovalue, l'award de Securex ou le déménagement de Vouillemain (en photo)... quelques actualités de nos entreprises à picorer en ces pages.



Echos de la CCIWAPI

Les activités de la CCI de Wallonie picarde 42



La cérémonie des Vœux de la CCI Wallonie picarde s'est tenue à Ath. Dans la Cité des Géants, quelques artistes se sont produits sur scène pour le plus grand bonheur des invités...

Echos de la CCIH

Les activités de la CCI du Hainaut 44

La Ville de Charleroi voudrait poser sa candidature pour accueillir, en 2019, les Olympiades internationales des métiers. Ce fut le thème d'un Business-lunch de la CCI Hainaut...



Echos de la CCIBW

Les activités de la CCI du Brabant wallon 46

Les comptes-rendus, en photos, d'un midi d'affaires de la CCIBW et de son traditionnel «Verre en Hiver», agréable networking au Château de Cocriamont (Sart-Dames-Avelines).





JEAN-NICOLAS D'HONDT (POLLET, CLEANING & HYGIÈNE SOLUTIONS)

LE DIGNE HÉRITIER DE LA DOYENNE BELGE

Jean-Nicolas D'Hondt est le patron de la plus ancienne entreprise familiale de Belgique. Deux cent cinquante ans après sa fondation, l'entreprise Pollet, spécialisée dans le service aux professionnels du nettoyage, se positionne à la pointe du développement durable.

CÉDRIC KETELAIR - © REPORTERS

Jeune chef d'entreprise employant une quarantaine de personnes (CA annuel de 7.000.000 euros), Jean-Nicolas D'Hondt (33 ans) est un homme heureux. Il est devenu papa pour la première fois, il y a quelques mois et l'entreprise familiale* qu'il dirige est une référence mondiale. « *L'une des plus grandes gares du monde, Grand Central à New York utilise nos produits, tout comme le site de la statue de la Liberté, le Madison Square Garden et l'université d'Harvard* », raconte fièrement M. D'Hondt.

Pollet, Cleaning & hygiène solutions a été créée en 1763 par son aïeul, Léonard-Gilles Pollet, dans le quartier Saint-Brice de Tournai. Les descendants du fondateur reprendront à leur tour les rênes de la savonnerie. Jean-Nicolas représente la huitième génération de la famille Pollet. Il est le fils d'Antoine D'Hondt et de Francine Pollet qui ont dirigé l'entreprise entre 1978 et 2012. Après huit années au service de Delhaize, Jean-Nicolas a été rattrapé par son destin : reprendre l'entreprise familiale et l'adapter aux enjeux du XXI^e siècle. L'ingénieur commercial est sur la bonne voie car 40% de la production de son entreprise est écologique, alors que la moyenne belge oscille entre 5 et 10%. L'objectif est d'atteindre 70% en 2018. « *Notre différence est que nous sommes spécialisés en biotechnologie depuis une vingtaine d'années. Nous maîtrisons des petits êtres vivants qui ne vont pas écarter la saleté, mais la manger. C'est un pari gagnant* ». Un petit coup de chance peut-être car ces petits organismes vivants ont été découverts dans des sédiments de savon présents dans l'ancien site. Depuis, ces bactéries ont été cultivées et permettent à l'entreprise de répondre au véritable enjeu du siècle : l'environnement !

* A lire : « *Les Pollet. De 1713 à 2013, trois siècles à Tournai* », Antoine D'Hondt - Ed. Wapica (40 euros) - www.editions-wapica.be

Coup de génie

« *Mon coup de génie est d'être entouré de gens compétents. Nous avons aujourd'hui la chance d'employer une équipe dynamique et qui a envie de grandir ensemble. Je suis secondé par des personnes relativement jeunes (ndlr : le responsable de l'usine a 28 ans, le responsable du labo est âgé de 38 ans, le responsable des achats a 35 ans, le responsable commercial, 42 ans...), qui ont toutes un profil intéressant et la volonté d'aller de l'avant* », raconte Jean-Nicolas D'Hondt, sportif à ses heures.

Passionné de foot, il compare souvent son personnel à une équipe de football. « *Nous sommes une équipe soudée et solidaire : quand un élément est moins bon, les autres sont là pour l'aider. Il y a une ambiance positive et de l'entraide au sein de cette entreprise. Ma griffe, c'est d'avoir amené ces jeunes gens motivés qui en veulent. Je ne serai jamais mécontent si quelqu'un a pris une initiative qui a mal tourné. Par contre, je serai mécontent si quelqu'un n'a pas pris d'initiative* ».

Mais le patron rappelle que cette motivation doit aller de pair avec les valeurs de l'entreprise spécialisée dans le service rendu aux professionnels du nettoyage qui exporte ses produits dans une quinzaine de pays à travers le monde : responsabilité, respect, excellence, innovation et pragmatisme. « *Notre mission est d'être une entreprise durable, novatrice et avant-gardiste dédiée à la propreté et répondant aux besoins quotidiens et spécifiques des clients professionnels et privés avec des produits respectueux de l'environnement. Mais aussi de fournir des solutions à partir d'une combinaison unique de solutions d'hygiène et de nettoyage efficaces et écologiques, sans oublier le service personnalisé à la clientèle. Le tout, en stimulant la dynamique de groupe et en renforçant les talents* ».



“ Notre différence est que nous sommes spécialisés en biotechnologie depuis une vingtaine d'années »



Notre mission est d'être une entreprise durable, novatrice et avant-gardiste »

BIO EXPRESS

- ▶ Naissance à Tournai le 8 octobre 1980.
- ▶ Études en néerlandais à Termonde et en français, à Maredsous. Il parle couramment cinq langues, dont l'anglais, le néerlandais et l'espagnol.
- ▶ Ingénieur commercial et diplômé de l'ICHEC (Bruxelles)
- ▶ Travaille huit ans pour Delhaize
- ▶ En 2012 : il prend la direction de la société Pollet, la plus ancienne société familiale du pays

Coup de force

« *Mon coup de force est de mettre en place une logique de less is more, faire moins mais faire mieux. Il vaut mieux, à mon sens, être les meilleurs dans certains services que d'être juste bons dans un panel de services. Il faut cibler nos efforts dans des domaines bien précis.* »

C'est ainsi que la SA Pollet développe quatre gammes de produits : le PolBio, le PolGreen, le PolTech et l'EchoClean. « *Développer un produit chimique n'est pas compliqué. Par contre, il est plus difficile de réunir les quatre critères que sont l'efficacité, la sécurité, le respect de l'environnement et la bonne productivité. C'est notre volonté d'y arriver.* »

Cinq spécialités ont été définies : la protection des sols, le traitement des odeurs, le dégraissage industriel, la maintenance du système du froid et la maintenance des bacs à graisse et leurs canalisations. Dernier coup de maître de l'entreprise : remplacer un litre de produit désodorisant par une pastille de quatre grammes, ce qui diminue fortement le coût du transport et de l'emballage. « *Nous avons une solution pour tout et la moitié des hypermarchés français utilisent nos produits pour nettoyer leur sol.* »

Coup de gueule

« *La complexité administrative ! Tout est devenu complexe, dans tous les domaines. Je ne suis pas convaincu que ce soit la bonne solution. Même s'il faut réglementer, il faut le faire avec bon sens. En cette période de crise, il faut optimiser les choses, être efficace et rationnel, mais on perd un temps fou avec des bêtises, avec cette paperasse.* »

DU TAC AU TAC

▶ **La qualité que vous préférez chez un homme**
L'intégrité.

▶ **La qualité que vous préférez chez une femme**
L'intégrité également. Pourquoi faire une différence avec les hommes ?

▶ **Votre principal défaut**
Je veux trop contrôler si je n'ai pas confiance

▶ **Votre rêve de bonheur**
Pouvoir maintenir un bon équilibre entre ma famille et mon entreprise.

▶ **Ce que vous voudriez être**
Je suis heureux comme je suis aujourd'hui !

▶ **Le pays où vous désiriez vivre**
Je suis très satisfait de vivre en Belgique, mais j'ai une attirance pour l'Argentine.

▶ **Vos héros dans la vie réelle**
Disons que le développement de la petite brasserie de Jupille vers AB Inbev est assez inspirant.

▶ **Votre domaine culturel préféré**
La musique.

▶ **Le don de la nature que vous aimeriez avoir**
Me télétransporter.

▶ **La faute qui vous inspire le plus d'indulgence**
Arriver en retard.

▶ **Votre devise :**
Ne jamais compromettre le long terme pour des profits à court terme. C'est cette dernière qui fait que nous avons 250 ans d'existence.

POLLET S.A.

Rue de la Grande Couture, 20 - 7501 Tournai
Tél. 069/22.21.21
www.pollet.eu

[Inytium]

FAIT LE SHOW

- ▶ 2 grands départements : les Projets et la Distribution de matériel d'éclairage
- ▶ De l'étude du projet, à sa mise en œuvre, technique et scénographique

SH

Du haut de la Tour Eiffel

Inytium SA, anciennement DCD Lighting, puis Blue-Squares Sales and Distribution, fait partie de la holding Blue-Squares, un acteur majeur de la technique événementielle sur le marché européen. Au sein d'une structure actionnariale équilibrée (52 % de parts détenues par Blue-Squares, 48 % par des « personnes clés »), la société a pu conserver son autonomie, **distribuant et installant du matériel professionnel de sonorisation, éclairage, scénographie, show contrôle**. « Le champ d'action s'est élargi au cours du temps... », explique son Administrateur délégué.

Forte de son expérience de 30 ans, la société décroche de très beaux projets. Le dernier en date, nous révèle Thierry Renard, est celui de la Tour Eiffel. Les pavillons Eiffel et Ferrié, nichés entre les piliers, au premier étage, seront complètement remodelés. « *Le pavillon Eiffel comportera un auditoire haut de gamme d'environ 200 places. On nous a fait confiance pour y intégrer les techniques audio-visuelles et*



La société intégrera les techniques audio-visuelles et l'automatisation du pavillon Eiffel

partie d'un métier où les gros impondérables sont le lot du quotidien.

Gestion automatisée d'équipement multimédias

« *Nos départements peuvent réaliser l'étude, la conception, la mise en œuvre, - tant du point de vue technique que scénographique -, de projets muséologiques et touristiques, d'expositions à thèmes, en installation temporaire ou permanente* ».

Les interventions d'Inytium, pour n'en citer que quelques-unes, ce sont donc diverses expositions provisoires (Musée de Tervueren...), le « Son & Lumière » estival de la Grand Place de Bruxelles, de 2006 à 2011, le projet 'Arthur et les Minimoy's' (éclairage et contrôle) au Futuroscope, la mise en valeur de l'archéoforum de Liège ou du Fort de Breendonk.

En bref, la société acclote met en valeur des projets tournant autour du spectacle, de l'événement. « *Théâtres et opéras font par exemple*

appel à nous ». Ou encore des studios TV, comme ceux de la RTBF : « *On a équipé le 2, le 4, le 40* ».

En Belgique, les sociétés proposant l'ensemble de services très complet d'Inytium sont rares. « *Nous sommes particulièrement spécialisés dans la conception et la réalisation de gestion automatisée d'équipements multimédias* » accentue M. Renard. Pour ce faire, le logiciel français « Medialon » s'avère un produit performant, une véritable référence dans ce domaine. Il a notamment été utilisé pour une cérémonie d'ouverture de JO.

S'appuyant sur une équipe d'une dizaine de personnes, Inytium réalise annuellement un chiffre d'affaires allant de 4.000.000 à 6.000.000 d'euros.

“ Inytium a récemment décroché un beau contrat pour la Tour Eiffel

l'automatisation. Quant au pavillon Ferrié, pôle central d'attractivité touristique, il sera doté d'écrans vidéo pour retracer divers thèmes gravitant autour de l'édifice ».

Le projet global s'avère extrêmement complexe, en raison de l'accessibilité difficile, pour acheminer les matériaux, ainsi que des normes de sécurité très strictes pour les travailleurs (dispositif Vigipirate !). Et le pavillon Eiffel est une belle gageure architecturale. Le projet dans sa globalité a donc pris du retard, mais cela fait

INYTIUM

Rue de la Maîtrise, 2 - 1400 Nivelles
Tél.: 067/89.50.05 - www.inytium.com

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE: le choix de ses partenaires...

Les entreprises de travail adapté (ETA) sont flexibles et offrent des prestations sur mesure à des prix compétitifs. Leur mission : pérenniser l'emploi de leurs travailleurs handicapés. Pour la réaliser, elles misent sur des partenariats commerciaux durables en phase avec les principes de la RSE.

Quand une entreprise s'équipe de panneaux solaires ou aide l'association du coin qui offre du rire à des enfants malades, elle s'engage envers la planète et la société. Opter pour des partenaires d'affaires qui poursuivent des objectifs d'intégration est moins visible, mais tout aussi responsable socialement que les actions purement caritatives ou environnementales.

En Belgique, près de 26.000 travailleurs handicapés mettent leurs compétences à profit pour conditionner, manutentionner, produire, aménager, entretenir et/ou vendre, au sein d'**une bonne centaine d'entreprises de travail adapté. Jouant avec les mêmes règles commerciales et répondant aux mêmes exigences que n'importe quelle autre entreprise, les ETA se distinguent par l'objectif social qu'elles poursuivent**: mettre à l'emploi des personnes porteuses de handicaps. Conséquence : elles recherchent du travail adapté aux besoins de leur public-cible.

Faire appel à ces dernières pour l'un des 200 services et produits qu'elles proposent, c'est certainement faire un choix qui les aidera à accomplir leur mission. Ce choix peut se révéler nettement plus « socialement responsable » lorsque l'on passe d'un partenariat commercial classique à une logique de co-création, dans laquelle la dimension sociale de l'ETA est considérée et les besoins du client satisfaits. **En d'autres mots, tout est réalisable... moyennant une adaptation du travail.** Et cette recherche d'adéquation du job avec les capacités de ces entreprises extra-ordinaires peut être le fruit d'une collaboration

étroite avec le client. Quand il s'y engage, ce dernier participe au challenge de dégager du bénéfice... humain !

D'autres critères distinguent les entreprises soucieuses de leur RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), notamment celui de la cohérence globale dans toutes les actions. Quand la politique de durabilité d'une société n'est gérée que par le département marketing et communication, le risque est de se cantonner à du « social washing ». Y associer les responsables des achats et de la production offre la garantie d'une cohérence à 360°.

Nous vous proposons dans ces pages des illustrations concrètes de partenariats entre les ETA de votre région et le secteur privé. Laissez-vous inspirer !

Michaël Lans, FEBRAP
(fédération bruxelloise des entreprises de travail adapté)



Avec le soutien financier de



dans le cadre du Plan d'action fédéral belge RSE du 25 octobre 2006

Maisons en paille et machines adaptées

L'ETA Deneyer de Strépy-Bracquegnies emploie une centaine de travailleurs. Ses activités phares : horticulture, nettoyage, montage électrique, petits travaux (peinture, électricité, tapissage), conditionnement...

Depuis peu, l'entreprise collabore avec une société coopérative « Paille-Tech », qui construit et pose des modules préfabriqués

de maisons en paille, bois et argile. L'ETA intervient dans la fabrication des planchers (hourdis en bois). Un partenariat possible car imaginé en amont par les concepteurs du projet Paille-Tech. Ceux-ci ont en effet conçu, en collaboration avec l'ETA, un poste de travail simple pouvant être utilisé facilement par des travailleurs handicapés. Un bel exemple de co-création !

INFOS :

www.etadeneyer.be
www.pailletech.be

Un partenariat solidaire

L'ETA Axedis, ce sont 167 travailleurs, 3 sites de production en Brabant wallon (Braine-l'Alleud, Jodoigne et Limal) et des activités



diverses telles que le conditionnement, le mailing manuel, l'imprimerie, l'assemblage mécanique et électrique, l'entretien d'espaces verts... L'entreprise travaille en partenariat



Crédit : Paille Tech

LES ETA

avec Oxfam-Magasins du monde. L'organisation privilégie la proximité et le recours à l'économie sociale pour la sous-traitance de ses activités opérationnelles. Ici, Axedis et ses travailleurs s'occupent du déchargement de containers, de l'étiquetage de produits, de la vérification de marchandises ou encore de la préparation des commandes.

INFOS :

www.axedis-eta.be
www.oxfammagasinsdumonde.be

Concilier RSE et bon goût!

L'entreprise de travail adapté d'Enghien procure de l'emploi à 80 personnes, principalement des handicapés mentaux. Spécialisée dans le conditionnement, l'ETA collabore avec la société Belvas, 1^{er} chocolaterie écologique en Europe, située à Ghislenghien. Depuis 2005, celle-ci développe une politique durable forte : produits 100 % bio, commerce équi-



table, bâtiments équipés d'énergies vertes. Sans oublier l'intégration de personnes handicapées. Ce sont les travailleurs de l'ETA d'Enghien qui emballent les pralines. « *Et quatre de nos travailleurs vont régulièrement chez Belvas pour donner un coup de main dans le cadre d'un contrat d'entreprise* », explique Patrick Godart, le directeur de l'ETA d'Enghien.

INFOS :

www.etaenghien.com
www.belvas.be

Ophélie Luciano, *EWETA (Entente wallonne des entreprises de travail adapté)*

en BRABANT WALLON

APN

Rue du Commerce, 15
 1400 Nivelles
 Tél. 067/49.34.40
www.etaapn.be

Axedis

Rue Saint-Sébastien, 8
 1420 Braine-l'Alleud
 Tél. 02/387.55.47
www.axedis-eta.be

Village n°1

Rue Moulin, 1
 1421 Ophain
 Tél. 02/391.49.87
www.levillage1.be

en HAINAUT

A.P.A.C

Rue Joseph Wauters, 25
 6230 Pont-à-Celles
 Tél. 071/84.26.50
www.apac-belgium.be

Atelier Cambier

Zone industrielle de Jumet,
 1^{ère} rue 14 - 6040 Jumet
 Tél. 071/34.52.00
www.ateliercambier.be

Atelier Jean Regniers

Rue Baronne E. Drory, 5
 6543 Bienne-Lez-Happart
 Tél. 071/59.91.20
www.ajregniers.be

Ateliers de Tertre

Rue Olivier Lhoir, 97
 7333 Tertre
 Tél. 065/76.03.60
www.etater.be

CORELAP

Rue de la Montagne, 103
 7700 Mouscron
 Tél. 056/85.63.63
www.corelap.be

Criquelions Services

Rue Eva Dupont, 11
 7011 Ghlin
 Tél. 065/34.68.04
www.criquelions.com

ETA Deneyer

Parc Industriel du Grand Peuplier
 Route du Grand Peuplier, 26
 7110 Strépy-Bracquignies
 Tél. 064/23.81.20
www.etadeneyer.be

Entra

Zone industrielle Est
 Rue du Tilloy, 11
 6220 Heppignies
 Tél. 071/25.39.00 -
www.entra.be

L'Atelier 2000

Avenue de Heppignies
 Zoning industriel, 6220 Fleurus
 Tél. 071/37.44.00
www.latelier2000.be

ETA d'Enghien

Avenue du Commerce, 19
 7850 Enghien Tél.02/395.30.64
www.etaenghien.com

La Thiérache

Zone Plantis des Aisements, 1
 6590 Momignies
 Tél. 060/51.20.59
www.lathierache.be

Le Moulin de la Hunelle

Rue d'Ath 90
 7950 Chièvres
 Tél. 068/65.67.67
www.moulin-de-la-hunelle.be

Le Roseau vert

Rue Robert Tachenion, 4
 7370 Dour
 Tél.065/65.04.38

Le Rucher

Zoning industriel de l'Europe, 1
 7900 Leuze-en-Hainaut
 Tél. 069/66.33.85
www.lerucher.be

Le Trait d'Union

Boulevard de l'Eurozone, 3
 7700 Mouscron
 Tél.056/85.52.00
www.traitunion.be

Les amis des aveugles

Rue de la Barrière, 37-39
 7011 Mons
 Tél. 065/40.31.60
www.amisdesaveugles.org

Les Ateliers de Blicquy

Rue du Couvent, 38
 7903 Blicquy
 Tél. 069/66.96.90
www.adblicquy.be

Les Ateliers du 94

Rue Léon Houtart, 18
 7110 Houdeng-Goegnies
 Tél. 064/22.32.13 -
www.ateliersdu94.be

Les entreprises solidaires

Place de Pâturages, 41
 7340 Colfontaine
 Tél. 065/45.09.50
www.irsia.be

Les Erables

Rue du Bois des Hospices, 5
 7522 Blandain
 Tél. 069/88.08.00

Metalgroup

Rue du Débarcadère, 61
 6001 Marcinelle
 Tél. 071/36.00.15
www.metalgroup.be

Nekto

Rue de Clypot, 3
 7063 Neufvilles
 Tél. 067/33.22.72
www.nekto.be

Relais de la Haute Sambre

Rue Fontaine Pépin, 12
 6540 Lobbes
 Tél. 071/59.79.69
www.rhs.be
www.peinture.rhs.be

QUESTION

Un mug avec la photo de son bambin pour l'avoir avec soi lorsque l'on boit son café au boulot, une coque avec des fleurs pour décorer son smartphone, un T-shirt pour faire la promotion du voyage des rhétos. Sans oublier un sac réutilisable pour faire ses emplettes. Chacun emporte désormais des objets de la vie quotidienne pouvant se distinguer d'une façon ou d'une autre. Et dans le monde des affaires, fini le temps où, pour se faire connaître, une carte de visite glissée dans une poche, une publicité publiée dans une revue et une belle vitrine pouvaient suffire pour se démarquer. Internet a changé les habitudes et repoussé certaines frontières. On peut donc

aussi se faire voir sur d'autres supports. Pensons aux sets de table dans les magasins ou encore même à l'emballage du petit biscuit glissé avec le cacao chaud pour se revigorer après une balade au grand air. Le visiteur déambulant dans les allées d'un salon de la construction, de l'auto ou même d'une foire agricole se retrouve au final bien souvent avec un objet publicitaire en main. Que cela soit un ballon gonflable, un sac pour tenir les catalogues collectés au gré des stands ou un petit bonbon « chipé » sur une table. Image, image...

SÉBASTIEN ETIENNE

DES PETITS CARRÉS GOURMANDS À SOI



Si vous dégustez un carré de chocolat pour savourer davantage votre café dans un établissement, il se pourrait bien qu'il s'agisse d'un petit délice Dolfin. Cette société de Wauthier-Braine, fondée en 1989, a fait du chocolat son métier. Dolfin fabrique son propre chocolat pour une clientèle autant belge qu'internationale. La personnalisation fait aussi partie des possibilités offertes aux clients du spécialiste des « carrés ». « Cela représente 30% de notre chiffre d'affaires » explique-t-on chez Dolfin. La PME dispose d'ailleurs de sa propre petite imprimerie.



DOLFIN

Chaussée de Tubize, 59 - 1440 Wauthier-Braine
Tél. 02/366.24.24 - www.dolfin.be

DES BÉCANES UNIQUES



Actif dans le milieu de la moto 1978, Raymond Serge Antson s'est, au fil du temps, spécialisé en complet autodidacte, dans un domaine pour le moins singulier : le tuning

moto. Passée entre ses mains, une moto ne ressemble plus du tout à une autre du même modèle. Que ce soit par un motif dessiné sur la carrosserie, une peinture originale complète voire même une amélioration avec une pièce créée sur mesure. La transformation peut être totale. Et dans ce domaine, la création de nouvelles pièces est même unique. « Je suis l'un des seuls à proposer cela » insiste l'intéressé. En ce qui concerne les dessins, tout est fait main sans utiliser d'autocollant. De quoi donner un autre caractère unique à sa bécane.

RS DESIGN

Chaussée de Bruxelles, 28 - 7903 Chapelle-à-Wattines
Tél. 0475/87.40.97 - www.rsdesign.be

d'image...



DES CARTES DE VISITE À GOÛTER

Offrir un objet de promotion originale avec des biscuits, des pralines ou des confiseries. Voilà 25 ans que Guy Desseaux s'est spécialisé dans le domaine de la personnalisation. A une époque où la personnalisation n'était pas dans les habitudes. En 2009, il a lancé BelgoSweet. Le catalogue de cette PME propose une cinquantaine de produits personnalisables via, par exemple, leur emballage. Des produits distribués lors d'événement (salons...) ou offerts aux clients. L'hôtellerie de standing fait aussi partie de la clientèle de BelgoSweet. La société du Brabant wallon a également noué des partenariats privilégiés pour toute demande de personnalisation avec des ambassadeurs gourmands de la Belgique que sont Léonidas ou Jules Destrooper.

BELGOSWEET

Rue des Saules, 52 - 1380 Ohain
Tél. 02/351.55.55 - www.belgosweet.be

L'AFFAIRE EST DANS LE SAC

Voilà plus de 30 ans que les associés Johan Fievez et Josefa Louro travaillent dans le domaine du packaging. D'abord comme employés avant de lancer leur propre affaire sous le nom de Berckmans Packaging. Cette petite société existant depuis 2000 propose des sacs en plastique, des sacs en papier et des sacs réutilisables entièrement personnalisés. Une gamme complétée aussi par le papier d'emballage ou les sachets alimentaires. De quoi se démarquer du voisin. « *Notre force, c'est la souplesse* » résume Johan Fievez. Berckmans Packaging peut ainsi fournir les services d'un graphiste au client à la recherche de son image ou encore le guider pour creuser une idée de packaging. Toute l'impression est également prise en charge. Petites boutiques ou chaînes renommées de magasins lui ont déjà fait confiance.

BERCKMANS PACKAGING

Chaussée de Bruxelles, 46 - 1473 Glabais
Tél. 067/44.41.61 - www.berckmans-packaging.be



TISSER SA TOILE SUR MESURE



Les origines de la PME montoise Meaweb remontent à 15 ans déjà. Alors encore aux études, son gérant, Simon Rorive, fonde en 1998 avec d'autres passionnés d'internet une ASBL qui donnera par la suite naissance à son entreprise. Le but initial était d'offrir des services informatiques et internet. En 2003, Meaweb devient une société. Aujourd'hui, elle fonctionne grâce à une dizaine de collaborateurs dont la moyenne d'âge ne dépasse pas les 30 ans. Meaweb se positionne comme agence Internet. Ses sites internet sont créés sur mesure pour les clients. Meaweb propose aussi de l'hébergement sur ses propres serveurs. Et à la demande des clients, un pôle communication a aussi été créé pour tout ce qui concerne l'identité visuelle ou le marketing.

MEAWEB

Rue Fernand Piron, 47 - 7011 Ghlin
Tél. 065/35.55.85 - www.meaweb.be



**A LOUER
WATERLOO ZONING ARTISANAL**

Entrepôt/atelier 525m²

+ Parkings Extérieurs

Locaux Box/Stockage/Archives 28m² - 125m²

Bureaux équipés à partir de 25 m²

+ Salle polyvalente 200 m²

+ Parkings extérieurs

Pour informations
IMMO - REAL ESTATE

www.immoperin.be

PERIN

02/354 19 19

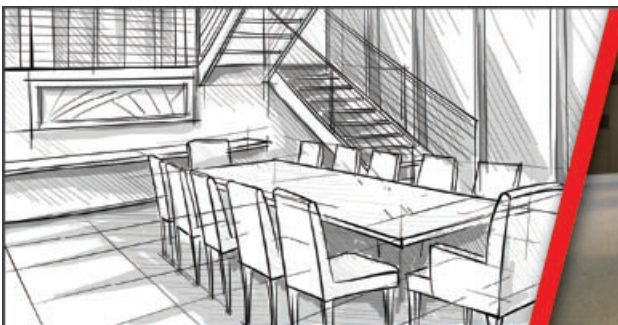
W A T E R L O O

**Prospectez intelligemment
et rapidement hors Europe**

Un carnet ATA simplifie vos procédures !

Un carnet ATA (*acronyme de « Admission Temporaire/Temporary Admission »*) réduit les retards et les tracas à la douane lors d'un import/export temporaire. Ces désagréments sont surtout liés à la récupération de la caution que vous devez déposer lors de l'entrée dans un pays.

Le carnet ATA remplace les cautions individuelles par une garantie valable au niveau international.



AGENCEMENT INTÉRIEUR & MOBILIER SUR MESURE

DALLA VALLE | **DV**

✉ info@dallavalle.be
☎ +32 69 77 95 11

👤 Christophe Surmont
☎ +32 491 71 69 95

www.dallavalle.be

pme
consult
Avec vous pour réussir



**Une équipe pour réussir avec vous
le développement de votre P.M.E.**

- Gestion financière
- Marketing et gestion commerciale
- Politique industrielle
- Certification qualité
- Gestion des ressources humaines
- Gestion de l'environnement
- Gestion administrative

- Conseils
- Formation
- Diagnostic global
- Coaching
- Transmission

Contact : info@pme-consult.eu

www.pme-consult.eu

agréés par



Dossier

ENTRE ARTISANAT ET INDUSTRIALISATION

Les métiers manuels souffrent d'un déficit d'image. Certains d'entre eux occupent pourtant des passionnés, des artisans porteurs de valeurs comme le respect du produit et la proximité avec le client. Ils se bouchent les oreilles pour ne pas entendre ceux qui leur suggèrent que pour aller plus haut... il faut abaisser le seuil de ses exigences. Parfois, ils ont bien grandi et ont abordé ce défi en adaptant l'outil, le process. Plus ou moins « industrialisés », ils se battent néanmoins farouchement pour préserver leur différence et rester dans le « dessus du panier ». Dans notre dossier de ce mois, retrouvez celles et ceux qui replacent l'homme au centre du travail...

CÉLINE LÉONARD & STÉPHANIE HEFFINCK



DOLFIN: des recettes subtiles concoctées par des maîtres chocolatiers

Quand ils fondèrent leur société, en 1989, les frères Poncelet la destinaient à la personnalisation de carrés de chocolat pour les hôtels et restaurants. Deux ans plus tard, ils développaient leur marque « **Dolfin** », avec les tablettes de 70 gr.

En 2007, Monsieur de Gruben rachetait l'enseigne, étoffant la gamme des produits et l'orientant de façon appuyée vers l'international. Aujourd'hui, la société vend des Tablettes 70g, 30g, 10g, carrés gourmands de 5g et des copeaux et s'exporte partout dans le monde, touchant même le continent asiatique (Russie, Chine, Japon). L'export représente 70 % de son chiffre d'affaires et la personnalisation de produits n'en grignote plus que 30 %. L'expertise de Dolfin se savoure dans le mélange subtil d'ingrédients (fruits, épices, fleurs...) à la masse de chocolat.

La société qui occupe 25 personnes ne cache pas son désir d'investir de nouveaux locaux, notamment pour augmenter sa surface de stockage. Chevauchant gaiement la vague du succès, elle devait s'équiper en conséquence. Elle dispose de 2 lignes de production et l'emballage se fait de manière totalement automatisée. « *Les chocolatiers s'adressent souvent à nous pour faire emballer les « napolitains » car nous disposons de machines très spécifiques pour cette tâche* » nous apprend Géraldine Verbruggen, Responsable marketing & communication.

Mais le caractère artisanal est jalousement conservé, entre les mains de maîtres chocolatiers entrés dans la maison depuis plus d'une décennie. Ils travaillent à rendre les recettes exclusives « Dolfin » de plus en plus justes et raffinées. Les associations d'éléments sont en effet l'aboutissement d'une profonde réflexion nourrie par les qualités intrinsèques du chocolat. L'intégration d'éléments trop riches en humidité y est par exemple proscrite !

Lavande, poivre rose, cannelle, anis... les ingrédients de haute qualité sont mêlés de façon manuelle aux préparations. « *Et les boîtes sont remplies par nos ouvriers, par pas les machines : cela permet un contrôle supplémentaire* » !



Chez Dolfin, le contrôle humain intervient jusque dans le remplissage des boîtes

DOLFIN SA

Chaussée de Tubize, 59 - 1440 Wauthier-Braine
Tél. : 02/366.24.24 - www.dolfin.be

SIROPERIE MEURENS: perpétuer une tradition de 400 ans

Le sirop à tartiner : un produit que le Pays de Herve savoure depuis plus de 400 ans. Entrepreneur audacieux, Clément Meurens a donné, dès le début du XX^{ème} siècle une résonance nouvelle à ce fleuron de notre gastronomie en le plaçant sur les rails de l'industrialisation.

Aujourd'hui, ses descendants continuent de faire prospérer l'entreprise familiale en conjuguant au quotidien tradition et innovations technologiques. « *Je ne pense pas qu'il faille opposer tradition et technologie, souligne Bernard Meurens, Directeur commercial. Comme mon arrière-grand-père l'a fait en son temps en recourant à la vapeur, nous utilisons simplement les technologies de notre époque pour produire nos sirops* ».

Si automatisation grandissante il y a eu, le processus de fabrication du sirop est dans ses fondements resté inchangé : « *Comme par*

le passé, les fruits proviennent des vergers de la région. Ils sont cuits puis pressés avant d'être raffinés puis conditionnés. Ceux qui affichent une production qualifiée d'artisanale recourent finalement au même mode de fabrication. Les cuves qu'ils utilisent sont simplement plus petites que les nôtres. »

Sans influence sur l'état d'esprit régnant au sein de la siroperie Meurens, l'industrialisation n'a pas davantage influé sur les recettes. « *A bien y penser, je pense que le principal impact qu'elle a eu est d'avoir étendu notre gamme de produits. En effet, par le passé, la société tournait essentiellement de septembre à décembre. L'automatisation nous a obligés à faire tourner notre outil tout au long de l'année. Nous avons pour ce faire étendu notre gamme. Ainsi, si l'automne est toujours dédié à la production de sirop à tartiner, les autres mois de l'année sont désormais davantage axés sur la transformation de fruits secs.* »

SIROPERIE MEURENS

Rue de Kan, 2 - 4880 Aubel
Tél. : 087/32.27.20 - www.sirope-de-liege.com



Le célèbre pot bleu du Vrai Sirop de Liège

LA FERME DE LA TOUR: irréductiblement artisanal!

« **A**vant on faisait tout, maintenant, il est impossible de faire face pour l'ensemble de la chaîne », soupire Joël de Schrevel. Ce sont essentiellement des raisons techniques qui ont contraint le dirigeant de la Ferme de la Tour à passer la main pour le côté élevage des animaux. Dans ce repaire gourmand du Brabant wallon, les canards sont transformés en mets délicieux : du foie gras aux gésiers confits, en passant par le magret ou les rillettes. L'absence de couvoirs dédiés en Belgique, de vétérinaires et d'abattoirs spécialisés, en plat pays expliquent les raisons de la délocalisation de l'élevage. Et, dans l'Hexagone, la qualité du maïs dont se nourrissent les volatiles est supérieure estime notre interlocuteur. « *En France, une coopérative travaille un jour par semaine pour l'un, un autre jour pour l'autre. Et je suis assuré d'obtenir le produit frais très rapidement* ». En 2012, c'est environ 1,5 tonne de produits qui ont été traités. Et, depuis 17 ans, la demande et le chiffre d'affaires ne cessent de croître. Cela valait bien un sacrifice qui n'a pas été opéré au détriment de la qualité! « *En France, on trouve encore des abattoirs où la bête morte sera plongée dans un bain de cire, afin d'en retirer plus aisément les chicots, ces pointes de plumes, dès que la cire a formé une coque* ».

Joël de Schrevel est catégorique « *Je veux maintenir le caractère artisanal de mon activité, sinon j'arrête! Je ne compte pas mettre des épices de moins bonne qualité ou industrialiser le processus de fabrication. Cela fait 17 ans que nous suivons les mêmes recettes et cela se sentirait au niveau du goût si nous décidions de céder à la facilité...* »

De grandes références font confiance à la Ferme de la Tour pour son service, sa qualité et sa régularité, aux dires du maître des lieux : la Maison Bouillon & Bierna, une institution pour les Liégeois, le restaurant étoilé L'Air du Temps (Liernu)...



Un procédé de transformation artisanal pour des produits vendus à la ferme même.

« *Toute la transformation du produit est entièrement faite à la main, chez nous : le déveinage, la réalisation de foie gras au torchon... Comme matériel, nous avons simplement notre four et notre fumoir* ».

Les produits de la Ferme de la Tour sont disponibles à l'épicerie de la ferme, ouverte du mardi au dimanche (uniquement le matin, ce jour-là). Mais également dans quelques points de vente à proximité immédiate : l'AD Delhaize local, les Carrefour de Bierges et Waterloo auxquels la Ferme de la Tour livre en direct, dans l'esprit d'îlots « produits du terroir » soutenus par la Région wallonne.

LA FERME DE LA TOUR

Place St. Joseph, 4 - 1315 Glimes
Tél. : 010/88.10.08 - www.lafermedelatour.com

L'ASINERIE DU PAYS DES COLLINES: une histoire de passion

Les 150 ânes de l'Asinerie du Pays des Collines ne cabotent pas. Les chichis, les entêtements, ils les dédaignent. Ces équidés dorment dans des 4 étoiles, de larges et beaux boxes ; ils pâturent ça et là, dispersés dans de multiples prairies qui couvrent une cinquantaine d'hectares. Le foin et un mélange de céréales améliorent leur quotidien. Et ils font l'objet de soins et d'attention constants de la part d'une équipe dédiée à leur bien-être. Alors pourquoi jouer les divas? L'Asinerie du Pays des Collines, c'est l'histoire d'une passion familiale. Corentin Denys raconte : « *Ma mère a lancé l'affaire. Elle adorait les ânes et voulait en vivre, d'une façon ou d'une autre. Mon père l'a rejointe quelques années plus tard... et j'ai suivi aussi, il y a trois ans! Au départ, nous pensions à du savon fabriqué au départ de lait d'ânesse. Des produits de soin ont ensuite gonflé la gamme : crème de bain, lait corporel, crème de soins, masque de beauté, gel douche...* ».



© Mireille Roobaert

Nous pensons être le plus grand lieu de production de lait d'ânesse d'Europe!

Ici, le lait d'ânesse*, traites à la main, est donc exclusivement exploité dans le domaine cosmétique. Ce lait qui hydrate très bien la peau est riche en éléments minéraux et vitamine E. Il donnerait même de très bons résultats pour l'eczéma, le psoriasis.

Les produits sont écoulés sur place, l'Asinerie ouvrant sa boutique le dimanche, de 14h à 18h. Mais aussi via sa boutique en ligne. Les professionnels : soins à domicile, instituts de beauté... constituent l'essentiel de la clientèle. La France est le plus gros marché, l'Hexagone étant friand de ce type de produits. « *En Grèce, ça marche bien aussi et, depuis 2013, on commence à beaucoup vendre en Chine!* »

L'Asinerie qui occupe 10 temps pleins en Belgique a connu une progression constante. En 2012, elle se réjouissait d'atteindre son premier million de chiffre d'affaires.

« *Nous passons par une savonnerie de Bruxelles et un laboratoire d'Anvers pour la composition de notre gamme. Mais ils n'utilisent que le lait* de nos ânesses, nous offrons toutes les garanties sur ce point* ».

*12.000 litres de lait annuellement

L'ASINERIE DU PAYS DES COLLINES

Château des Mottes - 7911 Frasnes-lez-Buissenal
Tél. : 069/87.50.44 - www.asineriedupaysdescollines.be

TILMAN: l'herboristerie artisanale devenue Entreprise de l'année

Couronné « Entreprise de l'année 2013 », le laboratoire Tilman s'est aujourd'hui imposé comme le spécialiste belge de la médecine par les plantes. Une formidable épopée entamée voici près de 60 ans par Lucien Tilman. « Mon père était pharmacien d'officine à Durbuy, relate Jean-Noël Tilman, CEO. Entrepreneur dans l'âme, il a multiplié les tentatives commerciales avant de connaître un premier succès avec la Tisane du Vieil Ardenais. Inspiré par la réussite de ce produit, il a développé une gamme d'une vingtaine de tisanes médicinales. Une production 100% maison élaborée à l'arrière de l'officine. »



Jean-Noël Tilman,
CEO de la société Tilman.

En 1984, son diplôme de pharmacien en poche, Jean-Noël Tilman fait ses premiers pas dans la vie active. « Mon père pensait que j'allais reprendre la pharmacie. J'aspirais en réalité à développer l'activité tisanière. » Audacieux, le jeune homme scelle

immédiatement un partenariat avec Lipton pour emballer ses tisanes sous forme d'infusettes. Il recrute parallèlement une équipe de vente et étend la gamme Tilman en concevant une gélule amincissante à base d'algues.

Une dizaine d'années plus tard, Jean-Noël Tilman a les reins suffisamment solides pour ériger un véritable laboratoire à Baillonville. Une avancée vers l'industrialisation qui ne va pas sans susciter certaines craintes: « Parmi les collaborateurs, l'arrivée de la première machine a en effet été vue comme une menace pour l'emploi. J'ai toutefois veillé à les rassurer en leur disant que cette technologie allait au contraire nous permettre de grandir et de créer de nouveaux postes. Ce qui s'est effectivement produit! »

En 2013, la société Tilman comptait ainsi 120 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 19,5 millions €. Cette formidable croissance est celle dont rêvait Jean-Noël Tilman lorsqu'il a repris l'activité paternelle. « Aussi, industrialiser notre process ne m'a jamais fait peur. À la différence d'un producteur de confitures, je n'avais pas d'identité artisanale à défendre. Nos fabrications disposaient plutôt d'un positionnement

pointu. La principale difficulté? Ce fut sans aucun doute de convaincre nos partenaires financiers de nous suivre sur ce chemin. Appréhender le fonctionnement des machines s'est également apparenté à l'apprentissage d'un nouveau métier. Ce ne fut pas une mince affaire mais j'en garde de très bons souvenirs. »

Face à l'importante croissance rencontrée par le laboratoire, quelques rares collaborateurs ont préféré partir. « Dans nos nouvelles infrastructures, ils ne retrouvaient plus la structure intimiste de l'atelier artisanal. » Pour autant, Jean-Noël Tilman le souligne, les valeurs premières de l'entreprise sont restées inchangées. « Nous avons conservé un esprit familial, une organisation très simple, des rapports directs... Je vois dans ces éléments un véritable facteur de succès. Aux sociétés souhaitant s'industrialiser, je recommande d'ailleurs ceci: bien plus qu'une image artisanale, préservez la simplicité, les valeurs initiales et la dimension familiale de votre entreprise. Elles seront assurément sources de valeur ajoutée. »



L'usine de la société Tilman à Baillonville

TILMAN

Z.I. Sud, 15 - 5377 Baillonville
Tél. : 084/32.03.60 - www.tilman.be

DISTILLERIE DE BIERCÉE: un savoir-faire ancestral



Eau de Villée, Noir d'Ivoire, Poire Williams N°1 sont les produits bien connus de la Distillerie de Biercée.

Cette dernière trouve son origine dans l'idée de M. Cleempoel, pharmacien de son état, qui commença par distiller du cidre de pomme, inspiré par son neveu résidant en Normandie, région du Calvados!

Organisée en coopérative jusqu'au début des années 70, la distillerie se fit connaître par sa Bierçac (eau-de-vie de pommes), sa noyautine (cerise), sa Biercine (un digestif à base

de plantes locales)... L'Eau de Villée, créée dans les années 80, lui donna une impulsion nouvelle. Aujourd'hui, 15 personnes travaillent au sein de la ferme d'Abbaye du 16^e siècle, à Ragnies (Thuin). Depuis 2013, elle renforce ses efforts à l'exportation. États-Unis, France, Pays-Bas, Allemagne, Japon savourent ses délicieuses eaux-de-vie (ndlr : environ 10% du CA à l'export). À l'étranger, les boutiques et bars rangent au rayon « artisanal - haut de gamme » ses produits de niche.

Car si la cuve de fermentation est thermo-régulée, qu'une énorme machine coupe les fruits frais des fermiers en marmelade, que la



BELGAUFRE: des ingrédients intégrés manuellement dans des gaufres sucrées et salées...

Pâtis pour gaufres de Liège, pour cookies, mixes pour gaufres de Bruxelles et gaufres de Liège... A l'évocation de ces douceurs, l'odeur du sucre chaud nous enveloppe.

La société « Belgaufre », fondée en 1987 par Stéphane Desobry n'a pas fini de ravir nos papilles avec des produits qui font aussi les délices d'autres contrées. 75 % de son chiffre d'affaires sont



L'une des enseignes « Waffle Factory », en région parisienne...

réalisés à l'export vers la France, le Danemark, l'Angleterre et occasionnellement les Etats-Unis, l'Australie ou le Japon. La pâte surgelée représente 30 % de la production, les deux autres tiers étant occupés par les mixes pour différents types de gaufres. « Ces mixes sont un produit inédit qui a débouché sur le concept Waffle Factory ». Deux années de recherche aboutirent à l'obtention d'une pâte déshydratée pour gaufres liégeoises, un produit moins gras qui est préparé, frais, par les artisans de Waffle Factory devant les clients. Aujourd'hui, les points de vente

« Waffle Factory » proposent des gaufres salées et sucrées aux déclinaisons toujours plus nombreuses. « Pour 2014, nous avons signé pour 2 nouveaux points de vente, l'un à Roissy (centre commercial Aéroville), l'autre à Noisy le Grand (centre commercial Les Arcades), enfin, une 3^e unité devrait être signée à Strasbourg dans les semaines prochaines ce qui amènera le nombre de points de vente « Waffle Factory » en France à 25 unités ».

Belgaufre augmente sa production de 10 à 15% chaque année, une croissance sereine qui lui a permis de passer à travers les crises sans trop de difficultés. Ils sont loin, les débuts où M. Desobry, seul, s'activait dans une cave à la réalisation de son objectif ! Installée dans le zoning de Tournai-Ouest depuis 1996 sur une superficie de 800 m², la société recherche à présent un bâtiment plus vaste où elle pourra séparer la fabrication des mixes de celle des pâtes surgelées.

« Mais même si on se situe entre 400 et 500 tonnes de production annuellement, nous tenons à rester des artisans ! », soutient le chef d'entreprise. « Bien entendu, certaines parties sont automatisées, comme la mise en sacs, mais on se refuse à tricher. Depuis un quart de siècle, on a toujours choisi des ingrédients de haute qualité et cela ne changera pas. Du reste, nous formons notre personnel en interne et pouvons compter sur un effectif stable qui connaît les ficelles du métier ! ». Bien des étapes requièrent encore l'intervention directe de l'homme : la petite quinzaine d'ingrédients des mixes est intégrée manuellement, par exemple. « Et nous sommes constamment en recherche de nouvelles recettes ! ». Des idées qui germent dans les cerveaux, pas dans les machines...

BELGAUFRE

Rue des Digitales - 7522 Marquain (zoning de Tournai-Ouest) - Tél. : 069/84.73.33 - www.belgaufre.be



distillerie a été rééquipée, depuis les années 90 et que la production annuelle dépasse les 200.000 bouteilles, ce sont toujours des hommes qui accompagnent tout le process. « On pourrait parler d'une organisation industrielle, chez nous, affirme Marc Tillon, patron de la distillerie. Pour autant, le travail est toujours artisanal ! » Deux Maîtres Distillateurs développent de nouveaux produits, contrôlent la qualité des fruits frais, accompagnent la distillation, goûtent le produit final... Ils sont les détenteurs d'un savoir-faire ancestral.



DISTILLERIE DE BIERCÉE

Ferme de la Cour, 36, Rue de la Roquette
6532 Ragnies (Thuin)
Tél. : 071/59.11.06 - www.distilleriedebiercee.com

LES NOTES DE MON JARDIN: l'importance de la main sur le produit

« **V**oir mes quiches dans la vitrine de la pâtisserie Marc Debailleul, c'était comme avoir une de mes créations chez Cartier: un rêve ! », s'émerveille encore Philippe Debra.

Quelques temps après, c'est une autre célèbre enseigne qui lui réclame ses produits...

Le chef d'entreprise fait construire un atelier plus vaste (600 m²) et fonctionnel, à Tubize et engage du personnel supplémentaire. Il intensifie ses percées sur les marchés étrangers. Et son épouse, Isabelle, le rejoint dans l'aventure des « Notes de mon Jardin ».



Philippe Debra insiste sur une belle découpe de pâte

Elle est parfaitement en phase avec son ambition d'allier quantités et qualité des tartes salées et soupes bio venues entre-temps grossir la gamme de produits.

« Nous proposons un maximum de recettes 'bio', également pour nos épices. Nos soupes sont 100 % bio, contiennent des légumes de saison, des légumes oubliés. Nous nous approvisionnons auprès des producteurs voisins, dans la mesure du possible. »

Quant aux quiches aux légumes frais, leur pâte pur beurre croustille sous la dent.

« Les notes de mon Jardin » boude les rayons de la grande distribution, leur préférant des traiteurs et épicerie fines triés sur le volet.

Oui, mais... comment grandir, attaquer les marchés de la Norvège, l'Allemagne, la France... en conservant sa ligne de conduite initiale: rester artisanal et qualitatif coûte que coûte? Bien entendu, l'atelier s'est mécanisé et le sera encore davantage, « pas pour diminuer le personnel, mais pour alléger la tâche dans un métier qui demande beaucoup de manutention! »

Pour absorber le volume de production, gagner en temps et en énergie, une éplucheuse et une découpeuse à légumes épargnent aux hommes un ouvrage fastidieux. En revanche, l'assemblage des quiches et la mise en boîtes se font toujours à la main.

Une autre piste a été exploitée par le chef d'entreprise: le « bake off ». Ce procédé consiste à fabriquer des quiches cuites ou crues et à les surgeler, avant de les livrer au client final qui les réchauffera/les cuira sur place. Le moyen idéal de franchir les frontières sans que la fraîcheur, le goût, les qualités nutritionnelles des tartes salées n'en soient affectés. Et de garantir une réactivité maximale, au diapason avec les demandes spécifiques de la clientèle: « Nous pouvons développer pour cette dernière des nouvelles recettes et moules qu'un industriel ne serait pas en mesure de proposer! ».

« Les notes de mon Jardin » refuse aussi les fausses notes dans la présentation du produit. Une belle découpe de la pâte achève les appétissantes tartes. En 94, Philippe Debra jonglait seul en piste, avec son rouleau à pâtisserie. Aujourd'hui, il a sensibilisé ses 7 collaborateurs à l'importance de la main sur le produit...

LES NOTES DE MON JARDIN

Rue de l'Atelier, 14 - 1480 Tubize
Tél.: 02/331.36.92 - www.quiches.be



© Bert Van Den Brouche/Photo News

GLACIER CARETTE: un esprit et une manière de travailler artisanaux

Le glacier Carette est une adresse bien connue des Ottintois. De mars à octobre, il leur propose une soixantaine de parfums au comptoir. Des douceurs à emporter ou à déguster sur place.

À Wavre, le « Carette's Bar », bar à glaces tendance propose, outre un arc-en-ciel de boules fondantes, des jus de fruits frais...

Et, dans un rayon d'une trentaine de km autour d'Ottignies, les camionnettes « Carette » sillonnent les routes, faisant escale à Bousval ou Grez-Doiceau.

Depuis 2007, Delitrateur accueille en rayons les produits « Carette ». Bref, de multiples chemins mènent à l'enseigne...

Carette, c'est une histoire qui commence en 1920. Et une tradition qui s'est perpétuée lorsqu'André et Anne-Marie Steen reprennent l'affaire, en 1980. « On a commencé petit, dans le garage, avec une seule camionnette! » André, surnommé « Monsieur Carette », a décidé d'opérer un tournant dans sa carrière et se passionne pour l'univers des glaces artisanales. Il veut tout connaître du métier et se perfectionne chez « Lenôte », la célèbre école gastronomique. « Dès le départ, il a eu le souci de maîtriser l'ensemble du processus » évoque son épouse.

Au fil des années, les ateliers de production sont enrichis de matériel de plus en plus performant: 3 pasteurisateurs, 2 maturateurs, 3 turbines,

BONBONS À L'ANCIENNE:

la belle épopée du cuberdon

Aspirant à retrouver le goût des bonbons d'autrefois, Christian Maenhout s'est initié voici une quinzaine d'années au métier de confiseur. Une activité pratiquée après ses heures de bureau sans nul autre objectif que la recherche du plaisir.



En 1999, son « formateur » lui annonce son départ à la retraite et lui propose de reprendre son activité de confiserie. Christian Maenhout accepte. Il s'installe en personne physique et se lance, depuis sa maison, dans la fabrication artisanale de bonbons. Depuis son petit atelier installé dans sa cave, notre homme a un jour une idée lumineuse : revisiter un bonbon typiquement belge, le cuberdon, en le déclinant dans une gamme variée de 32 parfums fruités : ananas, pomme, banane, violette... Des mois d'essais seront nécessaires pour arriver au résultat escompté.

Distribués dans un premier temps à petite échelle, les cuberdons de Christian Maenhout vont voir leur demande croître de manière impressionnante suite à la parution d'un article de presse. Se pose alors pour leur concepteur la question de l'industrialisation... « *La production ne suivait plus la demande. Jouant le tout pour le tout, j'ai renoncé à mon autre activité professionnelle et décidé d'investir toutes mes économies dans l'achat d'un bâtiment industriel à Seraing. Si j'ai eu peur?*

une chambre choc à -28° pour saisir la glace « à cœur » et 2 énormes chambres de conservation pour le « vrac » et les gâteaux... « *Dans nos nouveaux ateliers d'Ottignies (ndlr: 800 m²), nous avons véritablement un outil de production extraordinaire répondant aux normes AFSCA* » Annuellement, quelque 36.000 litres de lait y sont traités et transformés en glaces et gâteaux glacés. Aujourd'hui, Carette occupe 5 CDI, « Madame Carette » et ses 2 filles ainsi que des chauffeurs en CDD et intérimaires lorsque la saison bat son plein. La grosse machine de guerre a-t-elle eu raison de l'artisan ? « *Goûtez nos glaces à la vanille, vous sentirez que c'est de la vraie vanille obtenue au départ des graines de gousses de vanille* » suggère-t-on aux sceptiques.

Les produits sont toujours authentiques et la main de l'homme irremplaçable. Prenons le lait, justement : la maison s'approvisionne directement auprès du fermier et le pasteurise elle-même. Un maximum de fruits frais

Bien sûr. Au-delà de l'aspect financier, je craignais de ne plus avoir la même maîtrise sur la qualité de mes produits. C'était également l'apprentissage d'un nouveau métier, le recrutement de collaborateurs... »



Fort heureusement, le succès est au rendez-vous avec une apparition, dès 2008, dans le secteur de la grande distribution. Aujourd'hui, la peur de perdre les saveurs patiemment développées dans son petit atelier a complètement disparu. « *Les ingrédients sont au final restés les mêmes. Ce sont juste des machines qui effectuent les tâches à ma place.* »

Si l'entreprise de Christian Maenhout se porte bien, c'est notamment parce qu'au fil des ans, notre confiseur a diversifié son offre. Sirops et autres boissons sont ainsi venus s'ajouter aux traditionnels cuberdons. Aspire-t-il à voir encore sa société grandir ? « *Oui, mais pas de n'importe quelle manière. Vous savez, je suis à la base un simple artisan. Je n'ai pas étudié les clés de la gestion d'une entreprise à HEC. Or, la société s'est développée et nécessite peut-être aujourd'hui une expertise dont je ne dispose pas. Donc, grandir oui mais seulement si j'ai la possibilité de trouver les bonnes personnes pour m'épauler dans cette voie.* »

Avant de conclure l'entretien, Christian Maenhout insiste pour délivrer un message aux artisans et porteurs de projet wallons. « *L'évolution rencontrée par mon activité n'a rien d'exceptionnel. Nombre de personnes ont la possibilité de donner une plus grande ampleur à leur activité et d'ainsi générer de l'emploi et de la valeur ajoutée. Des freins, essentiellement culturels, les empêchent simplement de sauter le pas. Grandir, s'équiper de machines fait peur. En la matière, sans doute devrions-nous davantage nous inspirer de nos voisins du nord du pays...* »

BONBONS À L'ANCIENNE

Rue du Têris, 56 - 4100 Seraing
Tél. : 04/336.54.64 - www.cuberdons.eu

sont incorporés aux recettes, en provenance des maraîchers. La meringue italienne est montée chez Carette : « au palais, ça ne ment pas ! »

Les biscuits, nougatines, sujets en massepain des gâteaux sont réalisés par les ouvriers, comme le caramel au beurre salé pour la glace, etc. « Madame Carette » n'entend pas dévier de la trajectoire tracée par son cher époux, aujourd'hui décédé. Elle refuse, selon ses propres termes, d'entrer dans la cour des Grands. Elle fait valoir que l'un des points forts de l'artisan, c'est aussi la dimension humaine. « *Je veux maintenir ce contact de proximité avec les clients !* » Avoir le sens des vraies valeurs, n'est-ce pas là l'apanage des Grands ?...

CARRETTE

Avenue Reine Astrid, 33 - 1340 Ottignies
Tél. : 010/41.51.84 - Carette's Bar - Rue du Commerce, 1
1300 Wavre - www.carette-glacier.be

Économisez temps et ressources
Concentrez-vous sur vos talents

JobMatchProfile

ENABLING THE PERFECT MATCH

Un logiciel de recrutement modulable
pour un coût minimum et maîtrisé.



www.jobmatchprofile.com • thierry.jacobs@garudabelux.com
Rue César Franck, 16 • B-1420 Braine L'Alleud - Tél +32 2 374 42 59

01-04-2014 4th EDITION
OTTIGNIES-LOUVAIN-LA-NEUVE

green ENERGY RUN

MAKE YOUR BUSINESS RUN

Mardi 1^{er} avril 2014 aura lieu la quatrième édition du greenENERGYRUN™, événement sportif et social qui réunit les entreprises et les institutions concernées par l'énergie (en tant que consommatrices ou en tant que fournisseurs). La formule de course à pied proposée dans le parc du Bois des Rêves à Ottignies est originale et insolite: elle stimule l'esprit d'équipe et permet à chacun, quel que soit son niveau, de participer. Un circuit est prévu pour les marcheurs. L'épreuve sportive est suivie d'un drink, d'une remise de prix et d'un cocktail dînatoire, autant de moments propices au TEAM BUILDING et au NETWORKING.



POWERED BY



www.greenenergyrun.be

Michaël LUCAS | michael@greenenergyrun.be | + 32 478 56 35 34

SIEMENS



PlanMarshall
2.vert
www.wallonie.be



JEAN-PHILIPPE DARCIS: ne pas franchir la barrière de l'industrialisation

Au cours de l'année 2013, Jean-Philippe Darcis a écoulé pas moins de 20 tonnes de pralines et... 1 million de ses célèbres macarons! Malgré ces quantités étourdissantes, le maître chocolatier verviétois a tenu à conserver un mode de production artisanal. « Notre processus de fabrication est le même qu'il y a 17 ans, lorsqu'aux côtés de mon épouse j'ai créé cette activité. Toutes nos préparations passent donc entre les mains d'une personne. La seule différence est que je peux aujourd'hui m'appuyer sur le savoir-faire de mes collaborateurs et plus seulement sur mon seul travail. Bien évidemment,

nous recourons également à l'utilisation de machines pour certaines étapes de la production. On ne peut produire du volume si l'on n'a pas un minimum automatisé ses processus. Mais c'était déjà le cas au début. Les machines dont nous disposons aujourd'hui sont simplement de meilleure qualité. »



Le maître-chocolatier
Jean-Philippe Darcis

L'industrialisation: une barrière que Jean-Philippe Darcis s'est toujours promis de ne pas franchir. « A plusieurs reprises, j'ai été sollicité par le monde

de la grande distribution pour y commercialiser une partie de notre gamme. Des offres financièrement intéressantes que j'ai préféré refuser car elles ne correspondaient pas à la manière dont je voulais voir évoluer mon activité. Ma société compte aujourd'hui 30 collaborateurs et 6 points de vente en Belgique.

Je n'aspire pas à grandir, mais si c'est le cas, nous le ferons doucement et intelligemment... Notre taille actuelle me permet d'avoir un œil sur l'ensemble de la production et de maintenir un esprit familial. Tous les jours, dès 5 heures du matin, je suis dans l'atelier aux côtés des membres de mon équipe. Ici, un collaborateur n'est pas un numéro. Plutôt que de grandir, mon objectif est d'innover en proposant de nouvelles saveurs et de me concentrer toujours plus sur ce que nous faisons le mieux: le chocolat, les macarons et la pâtisserie.»



JEAN-PHILIPPE DARCIS

Crapaurue, 121-123 - 4800 Verviers
Tél.: 087/33.98.15 - www.darcis.com

Enfin une reconnaissance légale de l'artisan



Sabine Laruelle, Ministre des Classes moyennes,
des PME, des Indépendants et de l'Agriculture

En décembre dernier, le Conseil des ministres a approuvé un projet de loi de Sabine Laruelle visant à reconnaître légalement les indépendants artisans et les entreprises artisanales. Dans ce cadre, la définition suivante a été adoptée: « Un artisan est une personne physique ou morale active dans la production, la transformation, la réparation, la restauration d'objets, la prestation de services dont les activités présentent des aspects essentiellement manuels, un caractère authentique, développant un certain savoir-faire axé sur la qualité, la tradition, la création ou l'innovation ».

Pour se voir octroyer la qualité d'artisan, il faudra parallèlement satisfaire à certains critères. Retenons, notamment, exercer une activité présentant essentiellement des aspects manuels, développer un certain savoir-faire axé sur la qualité, la tradition, la création ou l'innovation et occuper moins de 20 travailleurs (dérogations possibles pour ce dernier point).

Attribué sur base d'une candidature écrite, le titre d'artisan devra être renouvelé tous les 6 ans.

L'enjeu de cette reconnaissance est double: obtenir un label distinctif indiquant aux consommateurs que la production est locale et de qualité; développement des mesures spécifiques en faveur du secteur (régime fiscal particulier, taux de TVA réduit...)

Promouvoir une OUVERTE ET INN

Pascale Delcomminette, nouvelle administratrice générale adjointe de WBI (Wallonie-Bruxelles International), est interrogée par CCImag'...

ALAIN BRAIBANT

► CCImag' : Vous êtes entrée en fonction le 1^{er} janvier 2014, pratiquement en même temps que la nouvelle CEO de Belgacom, Dominique Leroy. Cela vous inspire une réflexion ?

Pa.D. : « À vrai dire, je ne suis pas ce que l'on peut appeler une féministe. Par contre, cela me réjouit quand des femmes accèdent à des postes importants. Je ne suis pas non plus une « fan » des quotas mais j'approuve, par exemple, la répartition minimale 2/3-1/3 décidée par le gouvernement wallon dans les conseils d'administration. Je crois en fait que le système des quotas est provisoire mais un passage obligé pour déclencher chez les femmes l'envie d'assumer plus de hautes responsabilités dans la vie économique, sociale ou politique. Il reste encore du travail dans ce domaine, notamment pour faire en sorte qu'elles aient plus confiance en elles parce qu'on a derrière nous une culture et une éducation qui ont depuis toujours privilégié le rôle maternel de la femme. Ceci dit, si je prends mon cas personnel, je n'ai jamais ressenti de frein à ma carrière professionnelle, pourtant je suis mère de trois enfants. Mais, j'ai bénéficié d'un environnement familial favorable avec un mari qui m'a encouragée et qui a assuré l'équilibre au sein de la cellule familiale. »

Diplomatie, culture et recherche

► CCImag' : Vous êtes administratrice générale adjointe de WBI, un organisme que l'on connaît plutôt mal...

Pa.D. : « Pour faire simple, c'est l'agence qui gère les relations internationales de la Wallonie et de Bruxelles. WBI existe depuis 2008 lorsqu'il a été décidé, par souci d'efficacité, de regrouper en un seul organisme les administrations régionales et communautaires responsables des relations internationales. L'action de WBI est large puisqu'elle couvre l'ensemble des compétences des deux entités. »

► CCImag' : Cela signifie quoi, concrètement ?

Pa.D. : « L'action des équipes de WBI va de l'entretien des relations internationales, au plan diplomatique, au soutien de projets de coopération avec les pays du sud en passant par la mise en valeur des opérateurs culturels. Nous travaillons essentiellement sur quatre axes : la solidarité internationale et la coopération, l'Europe, la défense des droits fondamentaux dans le monde – je pense par exemple à la liberté de la presse dans les pays en guerre ou en révolution – et, ce qui intéresse en particulier vos lecteurs, le domaine économique. »

AWEX – WBI, même combat !

► CCImag' : Dans ce domaine, vous ne faites pas double emploi avec l'AWEX ?

Pa.D. : « Pas du tout, au contraire ! Nous sommes complémentaires et développons de plus en plus des actions communes et nous avons même créé des filiales conjointes. L'administrateur général de WBI est d'ailleurs Philippe Suinen, le patron de l'AWEX. Comme son nom l'indique, la mission de l'AWEX est de développer les exportations wallonnes. Au niveau économique, WBI agit dans trois domaines : la culture, l'image de marque et la recherche/innovation. »

Cheval de Troie

► CCImag' : La culture, cela peut paraître surprenant ?

Pa.D. : « C'est un secteur de plus en plus porteur, économiquement, qui représente 345 milliards € et 2% du PIB européen. Ce n'est pas rien ! Nous soutenons les entreprises culturelles par des subventions mais nous organisons aussi des expositions, des festivals et la participation à des foires. »

En retour, elles sont un excellent « Cheval de Troie » qui peut avoir un impact important sur le « non culturel ». Je pense à la mission menée par l'AWEX en octobre dernier au Brésil, à Sao Paulo. WBI a subventionné la participation d'artistes (design architecture, arts plastiques) à une grande exposition. Leur créativité a suscité la curiosité et l'intérêt de nos hôtes brésiliens et dans la foulée, facilité les contacts de nos entreprises et la signature de contrats. En fait, la culture est un excellent tremplin pour l'économie et avec l'AWEX, nous nous efforçons de mener ensemble des actions qui se renforcent mutuellement. Nous avons agi de la même manière en Afrique du Sud, lors d'une des dernières missions princières, où nous avons convié les universités. »

► CCImag' : Ces programmes culturels concernent principalement des pays francophones ?

Pa.D. : « Non. Il est vrai qu'au départ, dans leur stratégie internationale, la Wallonie et Bruxelles se sont appuyés sur la Francophonie mais aujourd'hui, notre action dépasse largement ce cadre. Nous avons 17 délégations avec statut diplomatique et 31 accords-cadres avec des pays de pratiquement tous les continents (voir encadré). »



Wallonie OVANTE

CCImag': Vous travaillez donc aussi sur l'image de marque et sur la recherche...

Pa.D.: « Ici aussi nous travaillons avec l'AWEX. Ensemble, nous avons commandé au bureau Mac Kinsey une étude sur « l'ADN wallon » qui a abouti à la création d'un nouveau logo et, surtout, à un nouveau « branding » et à la décision de capitaliser sur la notion de « Wallonie innovante et ouverte ». Les 17 délégués à l'étranger et les attachés commerciaux de l'AWEX sont chargés de promouvoir cette image de marque. Nous voulons le plus de cohérence possible pour gommer notre complexité institutionnelle ! »

Promouvoir notre recherche à l'étranger

► **CCImag'**: Wallonie innovante, voilà qui nous amène en effet à la recherche

Pa.D.: « Oui et ici, il y a deux chantiers phares. En premier lieu, une plateforme recherche/innovation dont l'objectif est de repérer toutes les possibilités de collaboration internationale et de promouvoir nos secteurs d'excellence, afin d'inscrire nos chercheurs et nos organismes dans les réseaux internationaux. Tous les acteurs de la recherche tant fondamentale qu'appliquée sont concernés et se réunissent régulièrement : les universités, les centres de recherches, les pôles de compétitivité, le FNRS, LIEU (liaison entreprises université), Accord Wallonie, l'AST (Agence de stimulation technologique), l'UWE et les administrations régionales et communautaires. Les avoir ainsi mis tous autour de la



WBI

Les 17 délégations

Québec, Paris, Prague, Varsovie, Bucarest, Hanoï, Tunis, Rabat, Alger, Dakar, Kinshasa, Santiago du Chili, Genève, Union européenne, Berlin (en collaboration avec la Communauté germanophone), Pékin, La Haye

Les 31 pays partenaires

France, Luxembourg, Pays-Bas, Estonie, Lettonie, Lituanie, Slovaquie, République tchèque, Hongrie, Pologne, Bulgarie, Roumanie, Croatie, Turquie, Québec, Liban, Palestine, Israël, Maroc, Algérie, Tunisie, Bénin, Burkina Faso, Sénégal, Congo RDC, Burundi, Vietnam, Bolivie, Chili, Haïti

table nous permet d'être en écoute quasi permanente de leurs besoins. Ensuite, dans le cadre du plan Marshall 2. Vert, nous avons mis en place des « agents de liaison scientifique » dans plusieurs pays prioritaires. Nous en avons à Uppsala en Suède, à Sao Paulo, à Boston et bientôt au Canada, en Suisse, au Royaume Uni, et en Allemagne. Ces ALS sont chargés d'assurer une veille scientifique et technologique dans les pays dont ils ont la charge, d'y trouver des collaborations pour nos opérateurs et de nouvelles sources de financement pour la recherche. »

► **CCImag'**: Et vous avez les moyens de vos ambitions?

Pa.D.: « WBI dispose d'un budget de 73,3 millions €, de 212 agents en Wallonie et à Bruxelles et de 126 personnes dans les délégations à l'étranger. »

► **CCImag'**: Quel est votre premier sentiment après quelques semaines de fonctionnement?

Pa.D.: « Cela va peut-être vous surprendre parce qu'on critique facilement les fonctionnaires mais j'ai trouvé des équipes dynamiques, motivées et créatives qui n'hésitent pas à se remettre en question et qui sont au service de nos partenaires et des opérateurs. Avec une double motivation : faciliter au maximum leurs démarches et promouvoir leur excellence et, par là même, la notoriété de la Wallonie et de Bruxelles. »

BIO EXPRESS - PASCALE DELCOMMINETTE

- 45 ans, mariée, 3 enfants
- Licenciée en traduction anglais-espagnol, Mons
- Licenciée en sciences économiques, Mons
- Post graduat en commerce international, ULB
- Administratrice à l'ASE (Agence de stimulation économique) et au Ducroire

C'est à l'occasion d'une réunion de famille où plusieurs bouteilles de vin étaient bouchonnées que l'homme d'affaires belge Gert Noël eut l'idée de créer NOMACORC®. Au terme d'années de recherche, son entreprise active dans la production de bouchons synthétiques pour vins tranquilles vit le jour. Quinze années plus tard, après avoir écoulé des milliards de bouchons, cette dernière trône fièrement à la première place mondiale du secteur du bouchage alternatif.



NOMACORC® : DES BO

LE REPORTAGE COMPLET EST À DÉCOUVRIR SUR LE SITE
WWW.JONATHANBERGER.BE/CORPORATE



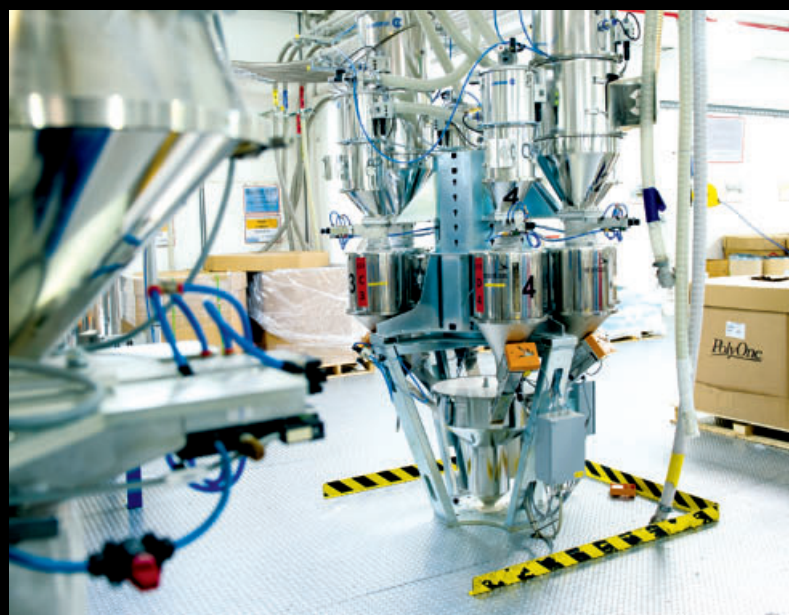
NOMACORC® fabrique ses bouchons au travers d'un procédé breveté de co-extrusion.

Après avoir été contrôlées dans les laboratoires de l'entreprise, les matières premières entrant dans la composition du produit sont mélangées dans des silos. La gamme de l'entreprise proposant différents types de bouchons, le dosage de ces granules varie d'un produit à l'autre.



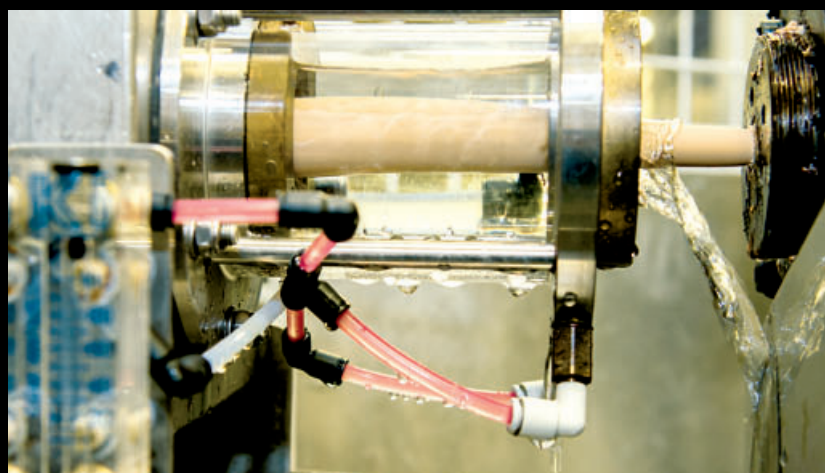
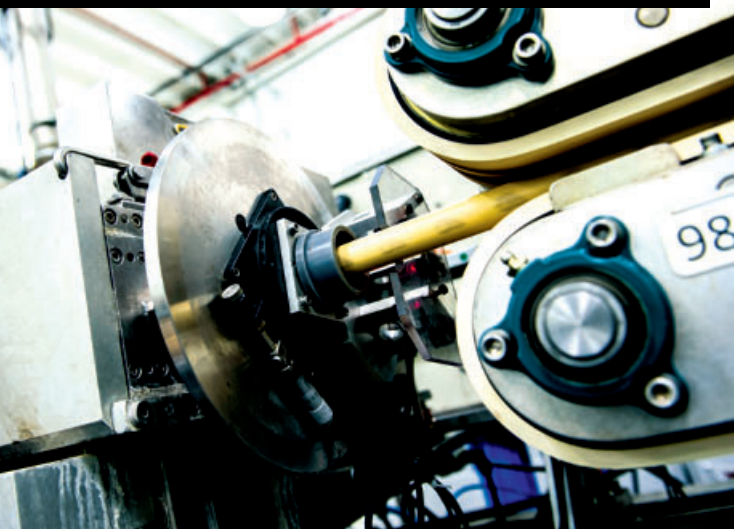
UCHONS PAR MILLIONS

© PHOTOS: J. BERGER





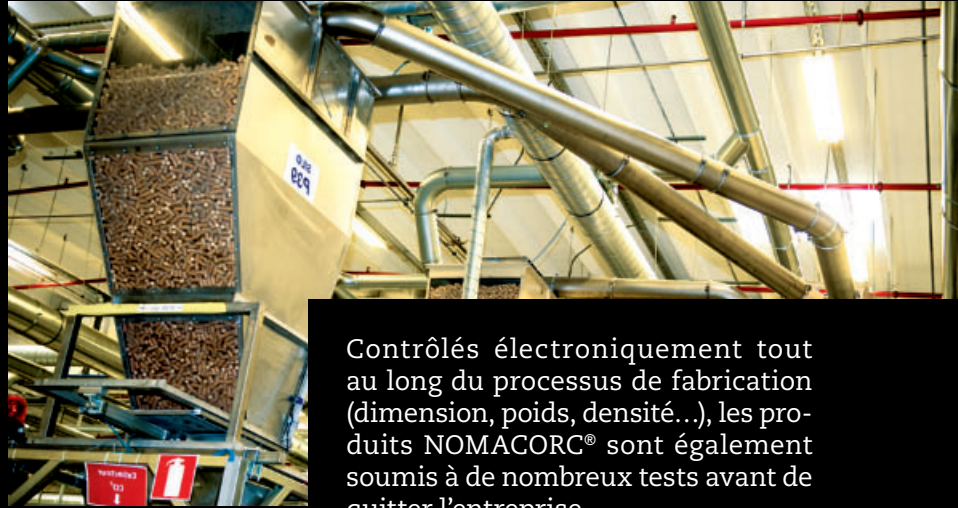
Une fois mélangées, ces matières premières sont extrudées et transformées en un long tube de mousse. Une mousse permettant le passage de l'oxygène qui constituera le cœur du bouchon.



Ce cœur est ensuite enrobé d'une substance élastomère qui renforcera l'obturation de la bouteille. Le cylindre ainsi créé est plongé dans un bain d'eau froide (qui donnera au bouchon ses dimensions définitives) avant d'être découpé à la longueur souhaitée.

Le bouchon entre alors dans la phase finale de production où il est imprimé au motif choisi par le client puis conditionné.





Contrôlés électroniquement tout au long du processus de fabrication (dimension, poids, densité...), les produits NOMACORC® sont également soumis à de nombreux tests avant de quitter l'entreprise.



NOMACORC® ET L'ENVIRONNEMENT

Soucieuse de la préservation de l'environnement, NOMACORC® a lancé au mois d'avril dernier le Select Bio®, premier bouchon au monde avec une empreinte carbone neutre. Fabriqué à partir de polymères de plantes dérivées de la canne à sucre, ce produit est, comme tous les autres produits NOMACORC®, 100% recyclable.

NOMACORC® EN CHIFFRES

- ▶ 2,3 milliards de bouchons produits chaque année
- ▶ 4 sites (la maison mère aux États-Unis, le site de Thimister-Clermont et deux petites unités de production en Chine et en Argentine).
- ▶ 500 collaborateurs à travers le monde (dont 220 en Europe)
- ▶ 15 % de parts de marché du bouchage de vins tranquilles
- ▶ Principaux pays d'exportation : France, Italie, Espagne, Allemagne

NOMACORC®

Chemin de Xhenorie 7
4890 Thimister-Clermont
www.nomacorc.com



Participez au Prix belge de l'énergie et de l'environnement 2014

Avec un dossier introduit avant le 2 avril 2014, toute personne, entreprise, institution, association, école, administration... qui contribue de manière exceptionnelle à la construction d'un avenir durable dans les domaines de l'environnement et de l'énergie, et ce, à l'échelle locale, régionale ou nationale, peut participer à ce concours. Les réalisations remarquables, toutes initiatives positives et reproductibles, doivent s'être soldées par une amélioration de la qualité de l'environnement de son espace de vie, de son quartier... ou par des retombées favorables sur l'utilisation et/ou l'économie d'énergie

Tél. : 04/221.58.68 - info@eeaward.be - www.eeaward.be

Les taux de cotisation au Fonds de fermeture des entreprises sont majorés de 0,04%

Depuis le 1^{er} janvier 2014, tant pour les tâches classiques que pour le financement de l'intervention du fonds dans le coût du chômage temporaire, les taux de cotisation au Fonds de fermeture des entreprises ont augmenté de 0,04%. Pour la FEB, « *Il est toujours difficile pour les employeurs de subir des augmentations de cotisations. Mais il est encourageant de voir que les syndicats ont approuvé une augmentation des cotisations la plus limitée possible.* »

Statbel publie les « Carrefour de l'économie »

Trois fois par an, Statbel publiera un bulletin d'informations intitulé « Carrefour de l'économie ». Publication officielle du Service public fédéral (SPF) Economie, il présentera des analyses socio-économiques sur les consommateurs, les entreprises et l'activité économique au sens large. Par cette publication, le SPF Economie souhaite mobiliser son expertise pour apporter un éclairage actualisé ou une analyse approfondie sur toute thématique en lien avec ses compétences. La première édition a traité du baromètre de la société de l'information en Belgique ainsi que de la nouvelle architecture de la gouvernance économique de l'UE.

Trefpunt-Carrefour@economie.fgov.be



Réforme du système de groupement d'employeurs

Le Conseil des ministres a approuvé un avant-projet de loi visant à réformer le système de groupement d'employeurs afin de le rendre accessible à toutes les professions. À l'avenir, ce système devrait être étendu à tous les travailleurs et le contrat de travail devrait pouvoir être conclu pour une durée indéterminée, déterminée ou pour une mission bien définie. La durée du travail devrait s'élever à au moins 19 heures par semaine. Un groupement d'employeurs pourrait aussi prendre la forme d'une ASBL. De même, lorsque tous les membres du groupement d'employeurs relèveront du même organe paritaire, le salaire et les conditions de travail de cet organe seraient alors applicables au groupement d'employeurs.



Un des champions européens des **coûts salariaux** les plus élevés

En réaction au dernier rapport technique du Conseil central de l'économie (CCE), Agoria, la fédération de l'industrie technologique, estime que malgré une légère amélioration attendue de notre handicap salarial, la Belgique reste parmi le trio de tête des pays européens aux coûts salariaux les plus élevés. En 2012, en Belgique, le

coût salarial horaire atteignait 40,4 euros. Ce qui fait de notre pays le deuxième pays le plus cher de l'Union européenne. L'Allemagne, la France et les Pays-Bas, avec des coûts salariaux à respectivement 31 euros, 34,9 euros et 31,4 euros l'heure, se situent à un niveau plus bas.



Pourquoi les entreprises évitent-elles **de baisser les salaires**?

Dans tous les pays de l'UE et pour tout secteur, les deux raisons les plus importantes de la réticence à baisser les salaires de base sont la conviction qu'une baisse pèserait sur le moral et l'implication des salariés et la crainte de voir les collaborateurs les plus productifs quitter l'entreprise du fait de cette mesure. C'est ce que relève la Banque nationale de Belgique. La variation la plus forte d'un pays à l'autre concerne l'importance accordée au droit du travail et aux conventions collectives, laquelle est près de deux fois plus élevée dans les pays de la zone euro que dans les États hors zone euro. De fait, note encore la Banque nationale, la crainte d'une baisse de l'implication et du moral des salariés est systématiquement citée, par les entreprises de toutes catégories, parmi les principales raisons pour lesquelles elles évitent de baisser les salaires.

Guide pour la prévention des **risques psychosociaux** au travail

Le nouveau Guide pour la prévention des risques psychosociaux au travail publié par le SPF Emploi met l'accent sur une démarche de prévention qui s'intègre dans une politique globale de gestion des risques professionnels et dans le dialogue social. Prônant entre autres des mesures collectives qui tiennent compte de l'organisation du travail, il décrit l'approche de la prévention de ces risques en plusieurs étapes : explorer, réaliser l'analyse des risques, élaborer un plan d'action, le mettre en œuvre et l'évaluer.

www.emploi.belgique.be/publicationDefault.aspx?id=39970
Tél. : 02/233.42.14 - publications@emploi.belgique.be

Pensions: **tous les mois travaillés** seront valorisés

Le 19 décembre 2013, le Conseil des ministres a décidé de faire désormais entrer en ligne de compte les derniers mois travaillés de la carrière dans le calcul de la pension. Tous les mois travaillés, y compris les derniers de la carrière, devraient donc compter pour la pension. Actuellement, pour les salariés, les mois de travail se situant dans l'année du départ à la pension n'entrent pas en ligne de compte dans ce calcul.

Le **télétravail** a augmenté

Selon une enquête du SNI à laquelle 484 PME pour lesquelles le télétravail est possible ont pris part, en trois ans, le nombre de PME qui autorisent le télétravail a fortement augmenté. En 2010, elles n'étaient que 16 % à le pratiquer, alors que trois ans plus tard, elles sont 29 % à l'utiliser et cela en grande partie à cause de l'émergence des technologies telles que le travail dans le cloud. En fait, 64 % des dirigeants de PME estiment le télétravail utile surtout pour pouvoir résoudre les problèmes de mobilité et offrir plus de flexibilité aux travailleurs. Ils estiment que cela leur donnerait une valeur ajoutée.

Conseiller en pré EN TOTALE INDÉP

« *Quel que soit le secteur d'activités de l'entreprise, il lui faut un conseiller en prévention* », appuie Vincent Lotin (Vidyas). Ce dernier porte assistance à l'employeur dans l'application des mesures fixées par la loi sur la prévention et le bien-être au travail, mais il sera aussi une personne de référence pour le travailleur...

STÉPHANIE HEFFINCK

Quel cadre pour la fonction ?

La fonction existe depuis plusieurs dizaines d'années, sous différentes formes. Ainsi, en 1975, avec le RGPT (Règlement Général pour la Protection des Travailleurs), on parlait de « chef de sécurité ». Depuis 1998, avec l'apparition du Code du Bien-Etre au Travail, l'appellation a été modifiée pour mieux répondre à la réalité du rôle joué par les « conseillers en prévention ». « *En effet, son rôle est de conseiller la ligne hiérarchique et l'employeur en matière de prévention ; il n'est en aucun cas le responsable de la prévention, de la sécurité, ce qui relève de la hiérarchie. Faisant partie du personnel de l'entreprise, ce conseiller dépend de l'employeur... tout en exerçant son métier*

Une fonction, plusieurs disciplines

Vu l'étendue des tâches et connaissances, la fonction a été subdivisée en 4 disciplines : la sécurité du travail, les aspects psycho-sociaux, l'hygiène du travail, l'ergonomie et la médecine du travail.

Le conseiller en prévention sécurité du travail et hygiène du travail éclaire l'employeur sur des points de sécurité et d'hygiène des lieux et postes de travail ; **le conseiller en prévention pour les aspects psycho-sociaux** va élaborer avec le chef d'entreprise la politique de prévention relative au bien-être psychosocial des travailleurs. Il écoute et conseille, avec l'appui d'une personne de confiance, les travailleurs victimes de violence, harcèlement, discrimination. Quant au **conseiller en prévention ergonomie**, son rôle est d'émettre un avis sur l'adaptation des techniques et conditions de travail à la physiologie humaine.

Et si l'employeur fait la sourde oreille ?

Parfois, l'employeur fait fi des pistes de solutions avancées par le conseiller en prévention. L'acharnement de ce dernier, le report du projet à une date plus favorable ou la bonne volonté des 2 parties débouchent néanmoins souvent sur une alternative satisfaisante. Rappelons, du reste, que toute entreprise comptant au minimum 50 personnes est tenue d'avoir un « CPPT », « Comité de Prévention et de Protection au Travail ». Ce dernier émet des avis préalables sur les projets qui auraient des conséquences sur la sécurité, l'hygiène, la santé... propose des équipements de protection, des adaptations de techniques et conditions de travail dans l'intérêt des salariés, etc. Au sein de ce CPPT, le conseiller en prévention va, bien entendu, faire entendre sa voix.

Dans les cas de figure plus problématiques, s'il est dans l'impasse, il s'adressera au SPF Emploi, Travail et Concertation sociale.

Quelques tâches d'un conseiller en prévention du service interne

- ▶ Visites systématiques des lieux de travail ;
- ▶ Examen des postes de travail quand de nouveaux risques ou une augmentation des risques apparaissent ;
- ▶ Enquête annuelle approfondie des lieux et postes de travail ;

“ Le conseiller en prévention qui fait partie du personnel de l'entreprise ne sera ni un représentant du personnel, ni un représentant de l'employeur...”

de façon totalement indépendante (ndlr : telle que stipulée par l'article 43 : indépendance à l'égard de l'employeur et des travailleurs). Il ne peut donc être ni représentant de l'employeur, ni représentant du personnel ». La fonction est protégée. Le conseiller ne pourra donc jamais être licencié en raison d'observations émises dans le cadre de sa mission...



© alphaspirt

Il appartiendra au conseiller en prévention d'agir de façon... préventive ! : en examinant procédés de fabrication et de travail pour réduire les risques encourus par les salariés...

vention : ENDANCE

- ▶ Enquêtes lors d'accidents de travail ;
- ▶ Études pour l'amélioration du bien-être au travail ;
- ▶ Propositions de mesures pour réduire les risques (procédés de fabrication, méthodes de travail...);
- ▶ Prise de mesures nécessaires pour remédier aux causes de danger ou de nuisances, en cas de situation d'urgence et d'impossibilité de recourir à la direction ;
- ▶ Établissement de fiches d'accident de travail ;
- ▶ Rédaction de rapports mensuels ou trimestriels pour l'employeur ;
- ▶ Rédaction de documents lors du choix, de l'achat, de l'utilisation et de l'entretien des équipements de travail et des équipements de protection individuelle ;
- ▶ Veiller à ce que les travailleurs qui sont victimes d'un accident ou d'indisposition reçoivent les premiers secours et les soins d'urgence ;
- ▶ Déclaration de maladies professionnelles ;...

Source : www.emploi-Belgique.be



Vincent Lotin (Vidyas) : « Le conseiller en prévention n'est en aucun cas le responsable de la prévention, de la sécurité, ce qui relève de la hiérarchie »

Quels conseillers en prévention ?

Entreprises de moins de 20 travailleurs	Entreprises de 20 à 200 travailleurs	Entreprises de 200 à 1.000 travailleurs	Entreprises de + de 1.000 travailleurs
Conseiller en prévention : Cela peut être le chef d'entreprise	Conseiller en prévention : Niveau de base	Conseiller en prévention : Niveau 2	Conseiller en prévention : Niveau 1
Formation ? Pas obligatoire !	Formation ? 6 jours (40 heures)	Formation ? 31 jours (210 heures)	Formation ? Une cinquantaine de jours (400 heures) de formation, à l'université
Condition : Se tenir informé des mesures de sécurité		Conditions de base : ▶ CESS ou ▶ « Niveau de base » + 5 ans d'expérience dans un service de prévention + formation d'un an, à raison d'un jour/semaine	Conditions de base : ▶ Universitaires ▶ Conseiller de niveau 2 avec 5 ans d'expérience dans un service

L'ARGOP

L'Association Royale des Conseillers en Prévention est une association professionnelle ayant pour objet la promotion du bien-être au travail, comme la sécurité, l'hygiène, l'ergonomie, l'environnement, etc.

Elle assure la valorisation et la défense de la fonction de conseiller en prévention, favorise les échanges

d'idées, publie un bulletin consacré à des problèmes relatifs au bien-être au travail. Elle organise des journées d'études et d'informations et un colloque annuel.

Rue du Lombard, 3 - 5000 Namur
Tél. : 081/24.10.45 - www.arcop.be

Marketing et communication comment mesurer le retour

Dans la conjoncture actuelle, les entreprises ont tendance à serrer les cordons de la bourse en matière de marketing et communication. Pourtant, ne serait-il pas judicieux de voir ces budgets comme autant d'investissements plutôt que comme des dépenses? Mais comment mesurer, évaluer et améliorer le retour sur investissement (R.O.I.) en marketing et communication? Réponses et conseils avec Nadine Lino, directrice de l'agence Lusic Communication.

JACQUELINE REMITS

Aujourd'hui plus que jamais, les entreprises attendent un retour sur investissement de leurs actions en marketing et communication. Mais comment connaître l'impact de ces campagnes? Des techniques de mesures permettent de les évaluer concrètement, tandis que des conseils judicieux aident à les améliorer.

1^{re} technique: Réfléchir et définir les objectifs avant de lancer une campagne

Quels sont les outils à utiliser par une entreprise pour pouvoir tester et mesurer le R.O.I.? « La première technique consiste à réfléchir avant de mettre en place le plan de marketing et communication, répond Nadine Lino. Pourquoi une campagne? Il faut d'abord lister l'ensemble des actions marketing et communication: mailing, site web, Facebook, LinkedIn, événement, relations presse... Ensuite, on cherche les indicateurs de résultats. En marketing et communication, on travaille toujours sur deux niveaux: le branding, l'image, et le marketing, le résultat direct. L'image apporte de la construction sur le long terme, le marketing veut du résultat immédiat avec une augmentation rapide des ventes. Il est plus facile de mesurer le marketing que la notoriété. »

Exemple: « Quels sont les indicateurs qui montrent que telle action a un résultat? Sur Facebook, on voit le nombre de fans, de clics, etc. »

► Conseil aux PME:

Pour une PME, tester une campagne n'est pas toujours évident. « Quand une PME réalise du marketing, elle travaille en même temps la notoriété et l'image. Il faut donc



réfléchir aux actions que l'on va mettre en place avec réactivité en se posant directement la question dès le début. Une PME veut faire réaliser une plaquette de présentation. Pourquoi une plaquette? Et pourquoi pas plutôt une action de direct marketing? En se posant la question aux prémises du projet, on parvient à mesurer le retour sur investissement. Aujourd'hui, on ne peut plus se permettre une action dans le seul but de développer uniquement sa notoriété. À quoi va servir cette plaquette de présentation? Le patron répond que, quand il va visiter un client, il dépose quelque chose, il laisse une trace. Souvent, une plaquette de présentation ne suffit pas. Elle va dévier vers une opération de direct marketing. La plaquette sera dès lors conçue de manière créative, accompagnée d'un gadget qui va marquer les esprits. Elle sera suivie d'un rappel téléphonique avec une prise de rendez-vous pour les commerciaux. À partir de là, on va pouvoir mesurer les résultats. »

2^e technique: Intégrer des critères mesurables grâce à des tableaux

À l'aide d'une série de tableaux avec cible, base de données, mailing créatif, envoi, rappel, prise de rendez-vous, il est possible de mesurer le R.O.I. « Ces outils, ces tableaux et ces techniques permettent au patron de PME de se poser les bonnes questions avant de mettre en place une action marketing et communication. Par exemple, combien a coûté cette opération de direct marketing? Le coût unitaire est défini. Pour calculer le R.O.I., on prend en compte le nombre d'envois, le nombre de personnes contactées par téléphone, le nombre de rendez-vous obtenus, le nombre d'offres acceptées. Pour quels montants? Combien d'offres ont été refusées? Combien de commandes ont été passées? Pour quels montants? À la fin d'une action, on voit ainsi ce qui a marché et ce qui n'a pas marché. Si nécessaire, comment corriger le tir lors de la prochaine action? Tout dépend du type de produit et de la cible. »

ation: our sur investissement?

Exemple: « Sur 200.000 euros de commande, la marge bénéficiaire de 25 % rapporte 50.000 euros de résultat. Le coût de la campagne était de 10.000 euros, donc le bénéfice, le retour sur investissement, est de 40.000 euros. »

► **Conseil aux PME:**

Réaliser un maximum d'actions permet de mieux mesurer leur impact. « Il faut faire de l'efficace et qui rapporte. Toujours calculer, mesurer et isoler les coûts. »

3^e technique:

Connaître le coût d'acquisition d'un nouveau client

Le coût d'acquisition d'un nouveau client est une notion très importante quand on parle de R.O.I. Toujours réfléchir aux budgets qu'on va investir. « Sur quelle période faut-il calculer ce coût? Faut-il dissocier les ventes normales des ventes supplémentaires? Qu'est-ce qui aurait été vendu normalement sans l'action? Quels sont les recettes et les gains d'une campagne? Il faut prendre en considération les ventes différées. Quand un mailing est percutant avec une originalité, les gens s'en souviennent. »

Exemple. « Un patron a investi 300 euros en publicité, ce qui génère dix nouveaux clients, soit une dépense de 30 euros par client lié à cette campagne. »

► **Conseil aux PME:**

Un client, c'est aussi une valeur à vie. « Supposons que ce nouveau client dépense 1.000 euros par an pendant six ans. Avec une marge bénéficiaire de 25 %, cela fait 6.000 euros de

chiffre d'affaires et 1.500 euros de bénéfice. Y penser aussi dans le retour sur investissement. Pour s'y retrouver, il faut réduire son coût d'acquisition et augmenter sa valeur à vie. Autrement dit fidéliser le client. »

4^e technique:

Attention à la cannibalisation

Il arrive que des actions de promotion soient réalisées et que l'entreprise y perde de l'argent sans s'en rendre compte. « C'est la cannibalisation, le fait de concurrencer un produit par un autre au sein de la même entreprise. La question à se poser est: combien faudra-t-il vendre de produits en plus pour, non seulement rembourser ma réduction, mais encore pour augmenter le chiffre d'affaires? »

Exemple. « Prenons 10.000 ventes réalisées avec une promo de 1 euro sur les ventes et 10.000 ventes réalisées sans promo. La promo a permis de réaliser 2.000 ventes de plus. Si le coût de revient est identique, la marge bénéficiaire est diminuée dans le cas de la promo. Finalement, vendre sans promo était plus intéressant. Donc, il faut prévoir de faire, non pas 2.000 ventes en plus, mais 4.000 ou 6.000 ventes en plus, sinon l'action ne sera pas bénéfique en termes de retour sur investissement. Par contre, on a gagné 2.000 clients supplémentaires, une valeur à vie. »

► **Conseil aux PME:**

« Analyser les choses avant, se poser les bonnes questions avant de se lancer tous azimuts dans des actions peut-être inutiles. »

5^e technique:

Calculer le seuil de rentabilité

Une question qui paraît évidente et pourtant ne l'est pas: quel est le chiffre d'affaires minimum à générer pour qu'une campagne soit rentable? « La plupart des dirigeants ne se posent pas cette question, ou bien, ils se la posent et ne peuvent y répondre de manière tangible. Quel est le coût moyen d'achat de la campagne? Quelle est la marge bénéficiaire? Y réfléchir permet de prendre des décisions en connaissance de cause. »

Exemple. « Paul dépense 5.000 euros pour être présent au salon des nouvelles technologies. Quel est l'achat moyen d'un client? En général, 400 euros. Pour quelle marge bénéficiaire? 25%. Paul devra signer des contrats pour 20.000 euros, soit 50 contrats avant de gagner le moindre euro. Grâce à sa présence à ce salon, il va sans doute acquérir un peu de notoriété et peut-être aussi que des ventes différées arriveront l'année prochaine. »

► **Conseil aux PME:**

« Tenir compte du budget et envisager une action autour de ce budget pour l'optimiser et qu'elle rapporte le plus possible. »

En conclusion, il est temps de repenser le marketing et la communication différemment en créant une action de toutes pièces tout en réfléchissant à la manière dont on mesurera ensuite le retour sur investissement.



Nadine Lino, directrice de Lusic Communication :

« Quel est le coût moyen d'achat de la campagne? Quelle est la marge bénéficiaire? Y réfléchir permet de prendre des décisions en connaissance de cause. »

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)



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



VOITURES D'OCCASION: la mariée était trop belle !...

Le nombre à avoir été roulés... Non pas dans la neige, mais à l'achat d'une occasion. C'est que la méfiance doit être de mise. Surtout si le véhicule paraît trop bien sous tous rapports. Qu'il soit propre à l'intérieur comme à l'extérieur, c'est bien. Mais jetez donc un coup d'œil à l'espace situé entre les charnières du hayon et à la grille située sous les essuie-glaces. Comme sous les tapis de sol.

Lorsque vous essayez la future élue, lâchez le volant en ligne droite et vous saurez si un réglage de la géométrie a récemment été effectué.

Et si les pneumatiques sont à l'état neuf, ce n'est pas un cadeau du vendeur : peut-être son ardeur au volant était-elle telle que les pneus étaient scalpés. Touchy, touchy. Et si les jantes ont souffert, plus aucun doute n'est permis !

Auscultez scrupuleusement l'état du bloc moteur : des taches de fuite (huile, graisse...) n'augurent rien d'encourageant. Si la peinture est

uniformément trop récente, il n'est pas impossible que la caisse était rayée ou emboutie à de multiples endroits. voire accidentée.

Vérifiez également le certificat de contrôle technique qui peut être valable, mais avec des restrictions qui sont révélatrices. Et le carnet d'entretien dans lequel certaines absences et lacunes sont potentielles. Et en cas d'achat, apprivoisez votre monture : si elle n'évoluait qu'en milieu urbain et que vous n'utilisez que les voies rapides, une mise en jambe lui sera salutaire.

Vous n'oublierez pas d'exiger le Car-Pass. Le kilométrage doit suivre une évolution logique dans le temps. Une baisse soudaine indique que le compteur a peut-être été trafiqué.

Et si par « mégarde » on ne vous remet pas de Car-Pass, la vente sera invalidée : vous exigerez alors l'annulation et le remboursement par le vendeur...

NOUVEAU NISSAN QASHQAI: pas une simple copie !

Apparu en 2007, le Nissan Qashqai se renouvelle et se dote de technologies innovantes et pratiques : le freinage autonome d'urgence (AEB), l'alerte de baisse de vigilance du conducteur, la reconnaissance des panneaux routiers, le système de stationnement intelligent (IPA) qui facilite les manœuvres au quotidien, l'alerte de déviation du véhicule par rapport à sa voie de circulation, la détection des objets en mouvement et le NissanConnect. Pourvu d'un écran tactile couleur de 7 pouces, il permet aux utilisateurs de connecter leur smartphone afin de rester en contact avec le monde extérieur quelle que soit leur destination.

Cette seconde génération de Qashqai gagne 38 mm en longueur, 20 mm en largeur et perd 10 mm en hauteur par rapport au véhicule actuel. Pourtant, la garde au toit à l'avant et à l'arrière progresse de 10 mm. L'espace aux jambes à l'arrière progresse quant à lui de 15 mm. Le coffre offre désormais une capacité de 430 dm³, soit 20 dm³ de plus que la précédente version.

La gamme se compose de quatre puissances : de 110 et 130 ch diesel et 115 et 150 ch essence avec boîte de vitesses manuelle ou transmission automatique Xtronic.

D'une finition irréprochable avec des plastiques mous comme on en redemande, ce deuxième Qashqai est armé pour « scorer » comme son prédécesseur. Strict 5 places, il renvoie les amateurs de 7 sièges vers le X-Trail. Son ergonomie générale et les espaces de rangements tous azimuts le disputent en qualités à son confort, son insonorisation, la position de conduite et sa consommation en mode TDi. Rien à redire quant à l'accès au coffre qui lui n'est pas le plus vaste de la catégorie alors que l'habitabilité satisfait... à l'avant. Bien suspendu et confortable, ce Qashqai 2014 (dès 20.990 €) se révèle paisible et réactif. Pour plaire au plus grand nombre...

BOB MONARD



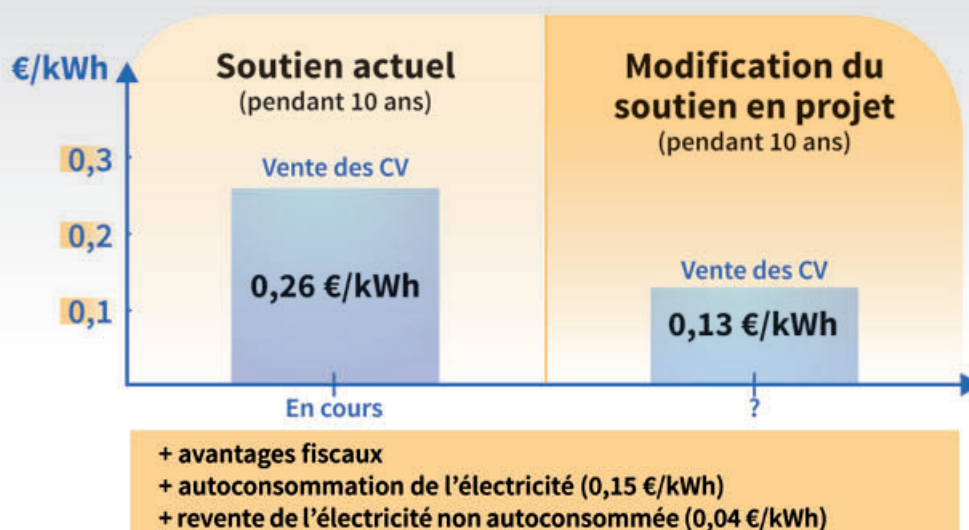
Le photovoltaïque industriel **EST** et **RESTE** rentable

Vous pouvez ramener le prix de votre kWh à 0,1 € pendant 25 ans et bénéficier en outre d'un soutien pendant les 10 premières années de votre investissement. Un projet photovoltaïque de taille industrielle permet à une entreprise d'améliorer son indépendance énergétique tout en assurant la rentabilité financière de cet investissement.

Nous sommes dans un momentum offrant une très bonne rentabilité financière

Actuellement, le temps de retour sur investissement (TRI) pour une entreprise oscille entre 4 et 6 ans. Toutefois, le gouvernement wallon et la CWaPE ont manifesté leur volonté de réduire les aides aux entreprises même s'ils reconnaissent que la filière du grand PV reste sous-développée en Wallonie (8% de la puissance installée à ce jour). Or, les objectifs globaux de production électrique photovoltaïque en Région Wallonne restent ambitieux pour les 7 prochaines années : d'une capacité actuelle de 500 GWh, la production photovoltaïque doit passer à 1250 GWh en 2020.

Ce qui va changer **prochainement...**



Dans le cadre d'un projet photovoltaïque d'ampleur, Enersol SPRL étudie et met sur pied des projets sur mesure, techniquement efficaces et économiquement rentables. Nous ne recourons jamais à la sous-traitance et préférons miser sur les compétences, l'expérience et la formation continue de nos employés et ouvriers spécialisés et passionnés par leur métier.

ENERSOL SPRL a développé des solutions de monitoring et assure la maintenance de votre installation pendant toute sa durée de vie.

Un partenaire durable ...

Actif dans le solaire depuis 2005, son bureau d'études "projets industriels" et son expansion continue ont permis à Enersol d'engranger une solide réputation de spécialiste dans le domaine. Cette expertise se traduit aujourd'hui dans les chiffres :

- Plus de 5 MWc placés sur des installations industrielles (50 références) ;
- Plus de 4000 installations réalisées (25 MWc), soit 170.000 m² de panneaux.

Enersol est aussi très solide financièrement avec des fonds propres totalisant 4,45 millions € au 31/12/2012. La pérennité d'Enersol est une garantie pour l'avenir de votre installation.



Tél.: 0800 78 788 - www.enersol.be

Contact : Jean-François Bragard
0498 05 23 34 - jf.bragard@enersol.be

Rue de Maestricht, 49 - 4651 BATTICE

Rue de Gembloux, 500 (bat 10) - 5002 NAMUR



[La Pataterie]

La Pataterie S'INSTALLE EN BELGIQUE

La Pataterie est leader sur le segment économique de la restauration commerciale assise. Grâce à son produit phare, la pomme de terre et à l'attractivité de son concept transgénérationnel - 7 plats à 6,95€, 7 jours sur 7, midi et soir - l'enseigne se démarque de ses concurrents, en offrant à ses clients des plats généreux, accessibles, dans le cadre bucolique et dépayçant d'une vieille grange.

CAMILLE DESAUVAGE

C'est en 1996, en Corrèze, que Jean-Christophe Pailleux, actuel Président Fondateur, imagine un restaurant sur la pomme de terre et crée la Pataterie. Le concept se développe rapidement et devient, dès 2003, un réseau de restaurants franchisés. Les sites d'implantation se situent principalement à la périphérie commerciale des petites et moyennes villes de province. Aujourd'hui, **La Pataterie compte 185 restaurants en France** et ambitionne d'ouvrir le 200^e dans le courant du premier trimestre 2014. Pour la première fois, l'enseigne sort des frontières en toute humilité pour tester la pertinence du concept à l'international.

nous nous installions dans la région ! La bonne collaboration entre les institutions françaises et belges est également à souligner. Comme nous ne connaissions pas la législation en matière de travail en Belgique, nous dû être épaulés par le Forem. Cela a grandement facilité notre recrutement. » Ce premier restaurant en Belgique, qui plus est, dans une région transfrontalière va permettre à l'enseigne, non seulement de mesurer sa capacité à adapter son concept aux marchés locaux, mais aussi de se développer à l'étranger et de se faire connaître davantage.



Chaque jour de la semaine, La Pataterie vous accueille dans un cadre décontracté et dépayçant.

Le concept

La Pataterie propose **des recettes authentiques sur base de plats typiques du terroir**.

La carte est variée, renouvelée deux fois par an et affiche des prix très compétitifs. **La pomme de terre est présentée sous toutes ses formes**. Benoît Catteau, gérant de l'enseigne tournaise explique : « *Vous avez envie de vous retrouver en famille, entre amis ou entre collègues pour un moment de détente ? La Pataterie, c'est d'abord, un accueil chaleureux ! Le service se fait dans la bonne humeur et avec le sourire. Notre ingrédient de base est la Samba. C'est une merveilleuse variété de pomme de terre qui se cuisine à toutes les modes et laisse place à la créativité des recettes : fondues, tartiflettes, salades, gratin... Tout le monde s'y retrouve, gourmets et gourmands !* »

Les restaurants de la chaîne avec leur décoration en bois naturel sont conviviaux, rustiques avec des notes champêtres et campagnardes. Ils sont décorés avec des objets anciens chinés en brocantes. La carte du restaurant de Tournai fait d'ailleurs un clin d'œil à la clientèle belge avec

des plats « coups de cœur » intitulés « Rien à déclarer », « L'Ostendaise » et des desserts tels que « Variations autour du liégeois ».

Des récompenses

Quand une entreprise œuvre au quotidien pour offrir la meilleure des qualités à ses clients, ces derniers la lui rendent bien. Tel est le cas de La Pataterie, élue par les consommateurs « *Franchise de restauration la plus aimée des Français* », une récompense de la plus haute importance. L'enseigne a également été récompensée lors du salon de la franchise de Paris. **Elle a reçu le « Coup de Cœur 2013 » de L'Express et de L'Observatoire de la Franchise** pour la pérennité et la croissance maîtrisée de son activité de franchiseur.

L'objectif pour la Pataterie est de passer à 300 restaurants sous enseigne en 2017...

“ La Pataterie est leader sur le segment économique de la restauration commerciale assise.

Une première en Belgique

Le 2 décembre dernier, il y avait grande affluence lors de l'inauguration des 350 m² de la nouvelle franchise installée au complexe Imagix de Tournai. Le restaurant y dispose de 120 places et a permis de créer pas moins de 16 emplois. « *Nous sommes ouverts 7 jours sur 7, le midi et le soir. Les équipes sont donc doublées pour permettre d'indispensables roulements et proposer, chaque jour, un service de qualité* », précise le manager. Il développe : « *Nous avons été très bien accueillis à Tournai. Certains connaissaient déjà notre maison de par leurs déplacements en France. Ils nous ont confié parcourir parfois plusieurs dizaines de kilomètres pour passer la frontière et se restaurer à la Pataterie. Ils étaient donc très heureux d'apprendre que*

LA PATATERIE

Complexe Imagix - Boulevard Delwart,
60 - 7500 Tournai - Tél. 069/84.30.02 -
www.lapataterie.com

[Nouvelle Dimension]

Donnez une Nouvelle DIMENSION À VOTRE IMAGE

Dans un monde où la communication est omniprésente, votre image marque votre différence et votre identité. Nouvelle Dimension vous conseille, vous guide et coordonne la gestion globale de votre image d'entreprise. Le bureau de communication imagine, organise et coordonne également vos événements professionnels.

Envie d'étendre votre visibilité ? De prospecter plus loin ? D'asseoir le nom de votre entreprise sur le marché ? Nouvelle Dimension est le coup de pouce qui vous permettra de renforcer votre image !

Des projets personnalisés

Nouvelle Dimension est un bureau de communication. La démarche se veut plus proche et plus en phase avec les besoins des clients que pour une agence de communication. Sébastien Fournier, Gérant, précise : « Un bureau est plus intégré à la vie d'entreprise qu'une agence. Conscient que les PME ne rencontrent pas toujours la nécessité d'employer un responsable communication à plein temps, Nouvelle Dimension offre ses services pour des missions ponctuelles ou récurrentes de manière intégrée et ce, sans coût fixe. Bien entendu, nous pouvons également renforcer l'équipe de communication en place dans le cadre de certains projets. Nous nous installons dans l'entreprise pour la comprendre de l'intérieur et pouvoir la révéler ensuite avec les mots justes ou l'image appropriée. »

Un réseau de partenaires

Les services proposés par cette entreprise sont variés : création de supports papiers, développement de sites Internet, reportages photos... Nouvelle Dimension a un rôle d'intégrateur. La

société est le point de contact quel que soit le projet développé. « Pour concrétiser les attentes de nos clients, il est primordial de les connaître et de les comprendre. Notre premier travail consiste donc à les accompagner dans la mise en œuvre de leur stratégie. La conceptualisation du projet est réalisée en interne. Ensuite, si les besoins sont plus pointus, nous collaborons avec des prestataires. Nous recrutons ceux-ci en fonction du projet. Deux entreprises n'ont pas les mêmes nécessités en termes de clip vidéo par exemple. L'une recherchera un aspect plus artistique alors que l'autre développera le côté informatif. Il faut trouver le prestataire qui va matérialiser la mission de la manière la plus adéquate. »

En toute transparence

Si cette démarche de « saucissonnement » des projets peut surprendre, elle réjouit la plupart du temps les clients. Non seulement, ils se sentent accompagnés par des professionnels tout au long des différentes étapes du projet, mais en plus, ils connaissent exactement la répartition des coûts qui y sont alloués. « Les factures sont établies directement entre le client et le prestataire. D'autre part, cela permet également au fournisseur d'être reconnu pour son juste travail. Pour un restaurateur par exemple, il est difficile d'entendre qu'on n'en a pas eu pour son argent dans son assiette parce que le coordinateur s'est pris une marge sur la prestation. Fonctionner en toute transparence, c'est pour moi la meilleure manière de mettre en valeur mes collaborateurs et mes clients. »

Coaching et congrès

La communication en entreprise passe aussi par l'organisation de conférences et d'événements internes ou externes pour renforcer l'image de marque. Rien ne doit être



Sébastien Fournier, Gérant de Nouvelle Dimension



laissé au hasard. « Il existe autant de formules que d'entreprises. Il faut penser à la cible. Souhaite-t-on souder les équipes ou communiquer vers le grand public ? Il faut définir les objectifs pour amener les sociétés à utiliser ces manifestations comme prétextes pour réussir. Limiter une convention à la diffusion d'un powerpoint, c'est s'assurer que les collaborateurs ne retiendront que le côté ennuyant de cette journée. Il ne suffit pas de mettre des chiffres en avant, il faut apprendre à mettre ses équipes en valeur. Nouvelle Dimension coordonne les événements et prodigue tant les conseils en éloquence pour prononcer un discours que des idées ingénieuses pour créer une ambiance détendue et élégante. »



Nouvelle Dimension gère vos événements de l'invitation jusqu'à l'interface informatique enregistrant les participants

NOUVELLE DIMENSION

Rue du Belloy, 24 - 7622 Laplaigne
Tél. +32 479/99.12.56
www.nouvelledimension.be
sebastien@nouvelledimension.be

LA PORTE OUEST DE CHARLEROI en route vers sa reconversion

Duferco, le Gouvernement wallon et la ville de Charleroi ont présenté leur projet commun de réaménagement de la Porte Ouest. Depuis près de 2 siècles, l'entrée ouest façonne l'image de la ville de Charleroi. Cette ceinture industrielle à quelques centaines de mètres du centre-ville s'est imposée comme l'une des particularités de cette métropole. La richesse des activités qui s'y sont développées et les milliers de travailleurs qui y sont passés ont fait de cette zone un lieu hautement symbolique. Aujourd'hui, l'heure est venue de penser à la reconversion et à la réhabilitation de cet ensemble qui représente pas moins de 104 hectares.

Un travail de diagnostic territorial et de réflexion stratégique a été opéré avec les représentants de Duferco et de la Ville. Aujourd'hui, ce partenariat public-privé a abouti à une intention commune de réaménagement, soutenue par la Région wallonne. Les grandes orientations de la reconversion sont arrêtées. Les 104 hectares feront l'objet d'une réhabilitation, en distinguant trois zones principales.

Le projet:

1. Reconversion urbaine mixte et parc PME (66ha) :

Sont ici visés, les terrains situés entre la route nationale 90 et le canal Charleroi-Bruxelles ainsi que le « chantier 44 » situé au nord du canal.

Cette grande zone, très proche des quartiers très peuplés de Marchienne, Monceau et Dampremy sera transformée en nouveau quartier avec des logements, espaces publics, bureaux, services communautaires qui se déploieront à proximité de la gare de Marchienne-au-Pont et plus à l'Est, un parc PME offrant de larges espaces verts.

2. Pôle de recyclage et économie circulaire (9ha) :

Ce pôle d'activité situé sur un site majoritairement repris dans le périmètre de vulnérabilité SEVESO d'Industeel et d'Air Liquide est doté d'équipements logistiques. Ils pourront être valorisés dans le cadre d'un pôle de traitement et de recyclage des matériaux.

Un centre de traitement de terres est notamment prévu sur ce site. Il s'agirait en outre



de privilégier l'économie circulaire, à savoir la production de produits à haute valeur ajoutée dont la matière première est un sous-produit d'une autre activité régionale.

3. Activités industrielles (29 ha) :

Les terrains situés entre les usines de Thy-Marcinelle et d'Industeel et la zone d'activité de La Villette sont particulièrement bien connectés en termes énergétiques et logistiques. Leur vocation industrielle est dès lors maintenue.

De nombreuses études devront encore être réalisées, venant conforter, adapter voire modifier cette reconversion. Chaque projet devra passer par les procédures réglementaires, en ce compris les études d'incidences et les consultations de la population.

Le partenariat public-privé sera formalisé dans les prochains mois via une structure appelée SODESIC. Cette dernière sera ainsi en mesure de lancer les premières opérations dans le cadre de la reconversion.





CHEMVIRON CARBON: contrat de 10 ans pour la réactivation du charbon actif

Le spécialiste de la réactivation pour les secteurs de l'eau potable et de l'alimentaire, Calgon Carbon Corporation (NYSE:CCC) et sa filiale européenne Chemviron Carbon (Chemviron), ont annoncé que **Thames Water** (Thames), le plus grand fournisseur d'eau potable et de services pour le traitement des eaux résiduaires d'Angleterre, a confié à **Chemviron pendant une durée de 10 ans, la réactivation de son charbon actif**. La valeur du contrat dépendra de la quantité annuelle de charbon actif à réactiver, estimée à environ 5.000 tonnes par an.

Chemviron réactivera le charbon actif saturé dans son usine de Tipton, située à proximité de Birmingham, suite à un investissement de 7.3M€ destiné à rénover et augmenter la capacité de l'usine. La production annuelle de l'installation passera de 5.800 à 8.200 tonnes. Jusqu'à l'achèvement du projet, attendu dans le courant de l'année 2014, le charbon actif sera réactivé dans les usines du groupe situées à Grays (Angleterre) et à Feluy (Belgique).



Selon Reinier Keijzer, Vice-Président de Chemviron, Chemviron Carbon est à présent l'acteur le plus important d'Angleterre pour la réactivation en termes de volume et d'efficacité.

CHEMVIRON CARBON

Chemviron Carbon - ZI de Feluy
www.chemvironcarbon.com

INNOVCAR: concessionnaire officiel Volvo pour Mons, La Louvière, Ath

La concession Volvo de Mons, anciennement JPC, connaît un changement important. Depuis début janvier, c'est une nouvelle direction qui accueille la clientèle au sein de cette concession.

Innovcar devient donc le concessionnaire officiel Volvo pour la zone de Mons, mais également pour la région du centre La Louvière et Ath.

Innovcar est le nom représentatif de l'aspect novateur de la marque Volvo principalement pour ses moteurs écologiques et l'importance accordée à la sécurité.

La nouvelle équipe met tout en œuvre pour assurer un service de qualité à tous ses clients indépendants, entrepreneurs, chefs d'entreprise ou responsables de parcs automobiles.



L'occupation du showroom actuel situé Grand route 69 à Mons n'est que temporaire. D'ici fin 2015, un nouveau showroom répondant aux normes en vigueur sera construit dans le zoning de Cuesmes. De quoi assurer aux clients Volvo un accueil de qualité dans une ambiance suédoise et chaleureuse...

INNOVCAR

Grand Route, 69 - 7000 Mons
Tél. 065/32.78.40

18^E ÉDITION DU SALON DE L'EMPLOI, de la formation et de l'orientation de Nivelles

Au quotidien, Sovalue propose des parcours personnalisés à son public encadré par des professionnels, avec des formations* et stages en entreprise à l'appui.

Et, depuis près de 20 ans, l'organisme d'insertion socio-professionnelle de chercheurs d'emploi, épaulé par le FOREM et l'Administration communale de Nivelles organise à Nivelles un « **Salon de l'Emploi, de la formation et de l'orientation** ».

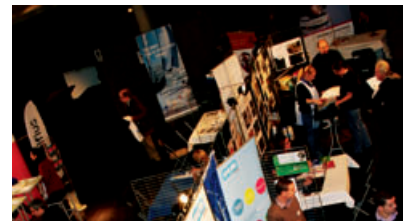
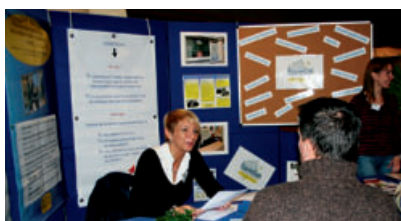
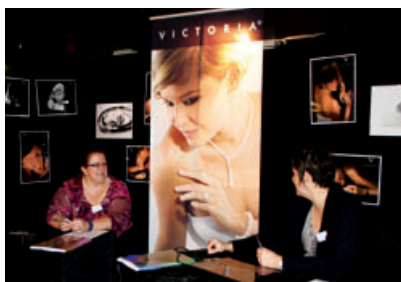
Pour mettre en contact des demandeurs d'emploi de tous horizons et entreprises, l'ASBL, forte des résultats affichés l'année précédente (+ de 4.000 visiteurs) a donc à nouveau réédité l'événement du Salon de l'Emploi dans la cité acloote, investissant le Waux-Hall le 28 novembre 2013.

Les entreprises qui y tenaient un stand visaient à engager du personnel à court, moyen ou long terme ou simplement à se constituer une réserve de recrutement.

On notait les participations de la police, Belfius, du Group S, de Victoria... mais également d'organismes de formation et d'orientation, comme Polybat, Altissia ou l'IFAPME.

Pour la 18^e édition de l'événement, l'organisme avait encore prévu le matin et l'après-midi des **conférences portant sur « Les réseaux sociaux »** (pièges, règles, conseils) et « la création d'entreprise ».

La **Chambre de Commerce & d'Industrie du Brabant wallon**, qui occupait un « info point » sur le Salon, avait apporté sa contribution à la réussite de l'événement en assurant la promotion.



* Conditions d'admission pour les formations : pas de diplôme de l'enseignement secondaire supérieur et / ou être inscrit comme demandeur d'emploi depuis au minimum 2 ans ; pour la formation PMTIC : demandeur d'emploi habitant en Région wallonne, âgé de moins de 40 ans, sans possession de diplôme de l'enseignement secondaire supérieur et + de 40 ans, sans restriction de diplôme.

SECUREX: un award « Meilleur guichet d'entreprises et secrétariat social »

En fin d'année 2013 s'est déroulée la remise des **Fit for the Future awards** au cours de l'assemblée spéciale du Forum for the Future, une organisation regroupant les comptables, experts-comptables et réviseurs d'entreprises agréés.

Les Fit for the Future awards ont été octroyés par vote public des comptables et experts-comptables participant au congrès du 5 décembre 2013 sur le site de Tour & Taxis. Les trophées couvraient 12 catégories de produits/services : « service bancaire », « logiciel pré et post comptable », « logiciel comptable », « meilleur secrétariat social ET guichet d'entreprises », « E-facturation ou paperless solution »,

« base de données professionnelle », « outil financier ou de gestion », « application E-gouvernement », « éditeur professionnel », « média économique », « solution télécom ».

Securex a rafilé le titre convoité du « meilleur guichet d'entreprises et secrétariat social », qu'il pourra porter durant toute l'année 2014. Les professions économiques qualifient Securex de ce fait de « futureproof » (prêt pour l'avenir).

Cela fait la 5^e année consécutive que Securex repart avec un trophée!...

INFOS

www.securex.be

VOUILLEMIN: nouveaux bâtiments

Vouillemin, l'un des leaders incontournables sur le marché Européen de la petite isolation, des produits de petite protection d'ameublement et des moustiquaires poursuit son expansion constante depuis 2005. La société s'est installée dans un tout nouveau bâtiment, dans le zoning de Garocentre Sud à Houdeng-Goegnies. Son entrepôt de 6.000m², idéalement situé à la croisée des autoroutes E19 et E42 devrait lui permettre d'envisager sa progression de façon optimale.



VOUILLEMIN

Rue Bois de la Hutte, 13
7110 Houdeng-Goegnies
www.vouillemin.com

CÉRÉMONIE DES VŒUX

(09/01/2014)

Plus de 460 personnes se sont rassemblées à Ath, à l'occasion de la cérémonie des vœux. Le Président, M. Paul Bertrand, a dressé le bilan des activités menées en 2013 et levé le voile sur les projets de 2014. La CCI WAPI entend, notamment, favoriser les synergies transfrontalières et soutenir les projets qui susciteront des vocations d'entrepreneurs chez les jeunes.

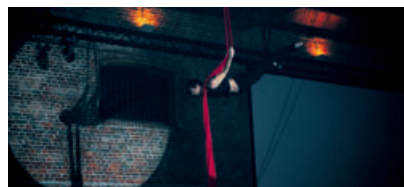
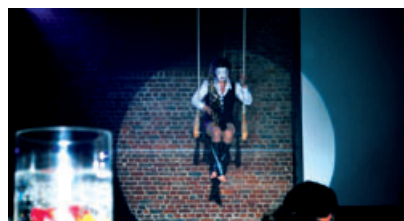
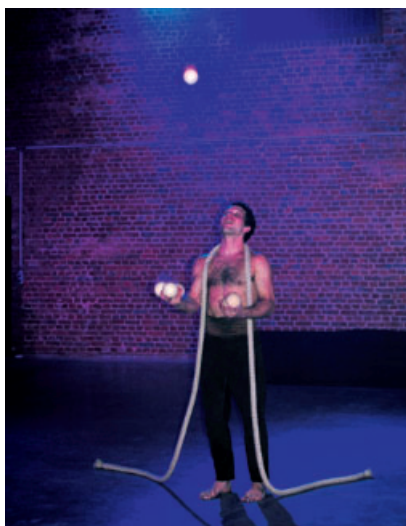
© CAMILLE DESAUVAGE



de la CCI Wapi

C'est la cité des Géants qui a été mise à l'honneur à l'occasion de la Cérémonie des vœux 2014 de la CCI WAPI. Le Quai de l'Entrepôt, fraîchement rénové, accueillait ce soir-là sa première manifestation de taille. Puisque la ville d'Ath est également riche d'un Centre des Arts de la Rue, quelques artistes de la région ont animé la soirée.

© CAMILLE DESAUVAGE



BUSINESS-LUNCH DÉBAT

(17/12/2013)

Thème du jour : « La candidature de Charleroi à l'Olympiade des métiers 2019 (Worldskills) »

© AD PHOTOGRAPHY.BE

La Ville de Charleroi, soutenue par le Comité de Développement Stratégique de la région de Charleroi et du Sud Hainaut, **prépare les démarches qui lui permettront de déposer sa candidature à l'accueil des Olympiades internationales des métiers, le Worldskills 2019.**

Depuis plusieurs années, la région de Charleroi et du Sud-Hainaut mise résolument sur l'enseignement, la formation et, plus largement, le développement des connaissances.

Associer cette stratégie ambitieuse à cet événement phare « Worldskills » permettrait de lui apporter un effet multiplicateur déterminant synonyme d'adhésion populaire et de nouvelles perspectives !

Les intervenants lors de ce business-lunch débat de l'année 2013 étaient : Antonio Di Santo, Président de la Commission Worldskills et Michel Martin, Président du Comité de Développement Stratégique de Charleroi et du Sud-Hainaut.



Quelques astuces pour protéger son smartphone Android (2)

Voici la suite de notre article paru dans le CCI mag' du mois de janvier. Vous y retrouverez **trois nouvelles astuces pratiques pour protéger votre smartphone...**



Avec le soutien de :



4. Sauvegarder vos données

Le plus gênant, lorsque nous perdons ou qu'on nous vole notre téléphone, c'est de ne pas pouvoir récupérer les données que nous y avons stockées : SMS, contacts, documents, etc. Pour éviter ce type d'inconvénients, il est intéressant d'installer une application qui nous permet de réaliser, régulièrement, des sauvegardes.

Titanium Backup vous autorise à récupérer automatiquement toutes vos applications, à conserver plusieurs sauvegardes d'une même application et même à exporter vos sauvegardes sur un hébergeur Cloud (Box, Dropbox, Google Drive ou autre).

5. Recherche de virus

De plus en plus d'applications malveillantes (ou malwares) sont publiées pour vous espionner ou récupérer vos données personnelles. Ce type d'application se trouve, généralement, en téléchargement libre sur Internet et ne fait

donc pas partie des applications proposées par les Stores officiels.

Un premier conseil qui vous permettra de vous protéger contre les virus est de ne pas installer d'applis provenant de sources inconnues.

Si vous souhaitez cependant vérifier si vous avez déjà installé une application qui pourrait s'avérer dangereuse, vous pouvez le faire en allant dans les paramètres de votre téléphone, puis dans « applications ». Si vous constatez qu'il existe des applications avec la mention « source inconnue », supprimez-les.

Ensuite, vous pouvez installer et utiliser **Loo-kout Mobile Security** qui va scanner les différents fichiers de votre téléphone à la recherche de malwares, spywares et trojans et les bloquera.

6. Détecter les logiciels espions

Toute personne ayant accès à votre téléphone peut, à votre insu, installer un logiciel espion.

Vous-même pouvez le transférer sur votre téléphone, sans en être conscient, en téléchargeant des applis en dehors des Stores officiels. Ce type de programme peut suivre vos appels, vos SMS ou même savoir, via la géolocalisation, où vous vous trouvez.

Pour vous éviter tous ces soucis, une solution consiste à installer AntiSpy Mobile qui détecte tous les logiciels de ce type présents sur votre téléphone, y compris ceux qui y sont cachés. Il vous permet, ensuite, de les supprimer.

Mais n'oublions cependant pas que **VOUS restez le principal moyen de protéger votre téléphone**. Voici le lien de Store officiel où vous trouverez toutes les applications disponibles : <https://play.google.com/store>

ReHGIS - Département d'Intelligence Stratégique de la CCI Hainaut
071/532.879 - rehgis@ccih.be

On va vous mettre « Le pied à l'étrier »!

RECOMMANDATION VIAVIA : dans vos efforts de prospection et de recherche de partenaires, n'oubliez pas que les autres régions de Belgique sont les plus proches. S'efforcer de trouver des clients étrangers est important, mais ne négligez pas pour autant la Flandre et Bruxelles.

Vous y songez ? Mais vous ne savez pas par où commencer ? Comme pour toute démarche à l'export, on ne se lance pas à l'aveugle dans un nouveau marché, ni même tout seul...

C'est pourquoi, la CCI Hainaut va vous aider à mettre le pied à l'étrier, grâce au **programme viavia, un service d'aide aux PME wallonnes pour le développement de leurs affaires en Flandre et à Bruxelles**.

Notamment, via le service Webscan bilingue FR/NL** qui utilise le web pour collecter de l'info (sur vos concurrents, votre secteur d'activités...) et préparer le terrain. Les prémices d'une étude de potentiel sectoriel ! L'objectif de ce service est de vous offrir des informations pertinentes sur ces marchés de proximité, un aperçu des tendances de votre marché et pourquoi pas une découverte d'opportunité d'affaires...

**Réalisé en partenariat avec le département en Information Stratégique de la CCI Hainaut, la cellule ReHGIS (Relais Hainaut de Gestion de l'Information Stratégique).



INFOS

Audrey Vassart - Chargée de mission
Commerce Intra-Belge
Tél. 071/32.11.60
viavia@ccih.be

MIDI D'AFFAIRES (10/10) DE LA CCIBW: DÉGUSTATIONS À L'AVEUGLE!

(26/11/2013)

S.H.

D'un chalet... à un autre

JL Consultants Europe (www.jl-consultants.com) est un **cabinet de recrutement de cadres permanents et temporaires et de gestion de talents** (conseil, évaluation, outplacement). Le 26 novembre 2013, dans le



Cédric Schepens (Regus)
et Eric Arpigny (Adic.Pro-Fisc.pro)

cadre d'un « midi d'affaires », Joëlle Antoine, Senior Consultant, avait rejoint autour de la table 9 autres membres de la Chambre de Commerce & d'Industrie du Brabant wallon pour détailler les atouts de ce partenaire spécialisé en Ressources humaines, actif depuis plus de 30 ans. Elle mit en exergue les 6 mois d'accompagnement du candidat après l'embauche, pour favoriser son intégration. Et rappela judicieusement qu'avec les changements de législation, l'outplacement ne serait plus réservé qu'aux « 45+ »!



Marielle Deskeuvre
(Golf Château de la Tournette)

Après une « senior » vint une « junior ». Fraîchement portée sur les fonts baptismaux, **Eco Building SPRL** (www.eco-building.be) est une **société de construction écologique à l'assise solide**. Bien ancrée dans son temps, elle défend 2 gammes de produits : les maisons en bois massif, « *au confort et à l'aspect typé du chalet* », illustra François Van Den Broeck, cofondateur. Et les habitations à ossature bois. Le jeune entrepreneur en recensa les avantages (une liberté architecturale, une excellente isolation, une rapidité d'exécution, une facilité d'adaptation et d'extension...). Il tordit aussi le cou à quelques idées reçues, comme les soi-disant insécurité en cas d'incendie (les portes coupe-feu sont traditionnellement elles-mêmes en bois!) et prix plus élevés de ce type de construction...

Troisième intervenante de ce midi d'affaires, Marielle Deskeuvre aurait pu laisser parler le lieu d'accueil magique du « 10/10 » pour elle. Ce serait mal connaître la commerciale du **Golf Château de la Tournette** (www.tournette.com) qui est intarissable lorsqu'il s'agit d'exposer les 3 produits de cet endroit emblématique de détente en Brabant wallon. Maniant mieux l'humour et l'art de convaincre qu'un stick de golf (sic), - malgré ses louables efforts pour se perfectionner! -, elle en évoqua les 2 parcours 18 trous et le parcours 9 trous. Le château est également un centre de séminaires d'accès aisé. **Et en son sein, il abrite aussi un « corporate club »** regroupant 140 sociétés qui y voient un excellent et agréable moyen d'étoffer et d'affermir leur réseau de contacts d'affaires (des activités et sorties ludiques sont régulièrement organisées).

Rien de tel, du reste, pour apporter de la convivialité dans vos discussions professionnelles, qu'un bon verre de vin. Francis Boone (**Un Soir Un Vin** - facebook: Un soir un vin), caviste de Nivelles dont la réputation commence à franchir les murs de la cité aclothe ne le contredira pas. En ce mardi d'automne, il proposa aux participants, ravis, deux dégustations à l'aveugle. La première des

bouteilles dont il fit sauter le bouchon est servie au « Chalet de la Forêt », restaurant étoilé d'Uccle. **Ce passionné a sélectionné un large choix de vins de propriétaires**, des



Marie Vandenberghe (Quality Training)
et Joëlle Antoine (JL Consultants Europe)

productions parfois confidentielles. Avec une œnologue, il a lancé ses « classes du vin ». Il organise aussi des ateliers-découvertes sur les accords mets-vins, des voyages « vin et culture ». Et tous les samedis, à la Rue de l'Évêché, il vous ouvre les portes de sa boutique pour des dégustations gratuites de crus de saison...

Le monde évolue... les métiers aussi!

Aussi chaleureuse et généreuse que son prédécesseur, Marie Vandenberghe (**Quality Training**) informait son auditoire sur les possibilités de formations informatiques sur mesure de « **Quality Training** ». « *Nous sommes agréés chèques formations par la Région wallonne!* ».

Outre les formules traditionnelles de formation (Outlook, LinkedIn, PowerPoint, Excel, MS Project...), **Marie, en parallèle, développe un concept alliant des cours, le matin, suivis d'un lunch et d'une après-midi de détente**. « *Sous forme de teambuilding, de sport...* ». Elle anime aussi des conférences et tables rondes, séances de coaching...



comme à la CCIBW où elle se prépare à encadrer un groupe intéressé par les potentialités de LinkedIn (ndlr « PEPS » - « Programme d'Expériences Partagées »).

« *Je vends de la souplesse : de 2 jours à 5 ans* », synthétisait Didier Woitrin (**Neos Interim Management** – www.neosim.be). Partenaire en ressources humaines, il intervient



pour « dépanner » une société dans 4 cas de figure : dans le cadre d'une stratégie offensive. Pour démarrer un nouveau marché-, d'une stratégie défensive (restructuration), pour le remplacement d'effectifs ou une expertise momentanée.

« *Je propose par exemple des ingénieurs chefs de projets, âgés de 45 à 60 ans* ». Expertise et flexibilité à la clé!

Didier exerce un métier... en perpétuelle évolution, à l'instar d'Eric Arpigny, quoique l'on pourrait croire (**Adic.Pro-Fisc.pro** – www.fisc.pro) « *Le métier a évolué, la fiscalité a évolué. Nous devons être capables d'anticiper, d'être à l'écoute du monde qui nous entoure!* ». Avec ses 6 collaborateurs, Eric est orienté « conseil », « analyse » et « assistance », confia-t-il à son auditoire. **Il rappela avec force le rôle central du comptable-fiscaliste** dans la gestion des entreprises, lui qui collabore avec les conseillers de ses clients : notaire, avocat, assureur, banquier, etc. « *Notre métier est passionnant!* », s'exalta-t-il.



PME et grosses entreprises, côte à côte

En 5 années, **Belighted** (www.belighted.com) a accompagné une centaine de projets de développements d'applications de gestion (CRM, ERP...). Le fondateur et gérant de cette société qui occupe une quinzaine de personnes en expliqua le positionnement axé sur l'innovation. « *On lance un nouveau produit, « nomadsuite », un outil en ligne d'aide à la gestion pour les entreprises de services. On cherche d'ailleurs des parrains pour financer et terminer le développement de l'application* », lança Nicolas Jacobeus.

Cédric Schepens, quant à lui, pour sa deuxième participation à un 10/10, présenta les **1700 centres d'affaires de Regus** (www.regus.be) en insistant sur leur présence internationale. « *Nos clients, qui vont de la start-up à la grosse multinationale - on héberge Cisco,*



Google -, recherchent des formules flexibles ». Tout est standardisé, dans les différents points d'ancrage et ils ont donc l'assurance d'être accueillis et servis avec le même sérieux. Location de bureaux équipés, de salles de réunion, à l'heure, à la journée, au mois, à l'année, salons d'affaires ou adresse virtuelle, tout est possible chez Regus.

Une autre grosse entreprise mondiale, elle aussi, trouva sa place au milieu des PME, ce jour-là. Bien défendue par Sébastien Cauchie, jeune responsable du **Decathlon** de Wavre.

« *Dans les années 70, Michel Leclercq eut pour objectif d'offrir le sport au plus grand nombre. Il alla aux Etats-Unis pour développer son projet* ». Avec 700 magasins dans



Sébastien Cauchie (Decathlon) et Francis Boone (Un Soir Un Vin)



A l'avant-plan : Didier Woitrin (Neos Interim Management)

le monde, la course du géant du sport (ndlr : depuis 2008, l'enseigne « Oxyrane » reprend l'ensemble des activités qui se sont étoffées) n'est pas près de s'arrêter. « *Nous avons 16 magasins en Belgique... le but est de poursuivre l'extension dans notre pays. Il y a par exemple un projet pour Waterloo, en 2016* ». Orientée BtoB et BtoC, l'enseigne tire sa force dans « une façon de travailler locale ». « *On adapte notre sélection d'articles aux exigences des clients locaux!* »

INFOS

prochain 10/10 : le 11/02/2014
Renseignements et inscriptions sur www.ccibw.be (onglet 'Agenda')

DERNIER ÉVÉNEMENT B2B 2013 DE LA CCIBW: UN « VERRE EN HIVER » AU CHÂTEAU DE COCRIAMONT (12/12/2013)

Le jeudi 12 décembre, la **Chambre de Commerce & d'Industrie du BW** avait convié ses membres à partager drink et verrines, dans le cadre du Château de Cocriamont (Sart-Dames-Avelines).

Plus d'une centaine de participants se rassemblèrent pour cet événement désormais devenu une tradition et qui, au fil des éditions, s'affiche comme **un rendez-vous networking incontournable au pied du sapin**.

La dernière manifestation B2B de l'année, à défaut de rennes, fut placée sous la protection d'un cerf aux bois majestueux en décoration murale et accueillit avec chaleur d'inédits Pères Noël. Ces partenaires différents d'année en année ouvrirent avec largesse leur hotte aux invités. Daniel Botteman (ACM. Prodesign SPRL) profita de la générosité de Decathlon Wavre et repartit avec un vélo pliable de la couleur du manteau du bon Papa Noël.

Auriga International, laboratoires brainois, offrit des coffrets de soins pour la peau, pour sublimer son éclat à la veille des réveillons... ou raviver les teints brouillés des lendemains de la veille. Elodie Piroton (Job'In), Olivia de Montblanc (Belgium Evasions) et Geseco Group reçurent les précieuses lotions.

Quant à Pascal de Poorter (Geseco Group), Michel Hardy (Dufosset), Claude Patte (Inter-Europe AG), ils repartirent avec des colis du « Monde en Tasse », boutique nivelloise de cafés en grains ou fraîchement moulus et d'accessoires liés au café.

Tommy Deryn (ACM Prodesign SPRL), Cédric Salesse (Prestimmo) et Alain Sayez (CIO-PME) quittèrent la soirée radieux, leur colis de vin de « The Wine Agency » sous le bras.

Officiant la soirée, Céline Squéart se réjouit de souffler la 3^e bougie d'« Un Verre en Hiver » avec l'équipe de la Chambre de Commerce & d'Industrie du Brabant wallon dont elle assurera prochainement la Direction. Elle remercia les Pères Noël d'un soir et les partenaires structurels : BELGACOM, CBC BANQUE, ELECTRABEL et SECUREX.

Et elle affirma vouloir maintenir les pendants du « Verre en Hiver », les fameux « **Apéros de l'Été** ». Si la thématique n'en a pas encore été fixée, les dates sont déjà bloquées : **les jeudis 7/08, 14/08, 21/08 et 28/08, de 18h à 20h**.

Plus d'informations ultérieurement, dans la rubrique « agenda » du site www.ccibw.be...



TIO3

SALLES DE RÉUNION, SÉMINAIRE ET ÉVÉNEMENT

WWW.TIO3.BE - EVENTS@TIO3.BE - RUE OSCAR DELGHUST 60 - 9600 RENAIX - TEL: 055/21 80 07

Vous êtes à la recherche d'un endroit unique et moderne pour vos réunions ou événements professionnels ?

TIO3 est situé à Renaix, au milieu des collines verdoyantes des Ardennes flamandes, à seulement 20 km de Tournai. TIO3 est un bâtiment fantastique, entièrement rénové, qui combine un design contemporain avec des éléments atmosphériques. Nous disposons de plusieurs grandes et petites salles de réunion avec un équipement technique parfait. Que vous soyez à la recherche d'une salle pour 4, 10 ou 400 personnes, TIO3 peut vous fournir l'espace adéquat. Nous offrons un service excellent et très complet pour vous assurer un déroulement de votre réunion ou événement aussi lisse que possible.



Soyez curieux:
poussez la porte
de votre voisin
Next Business - Next Door

programme
viavia

wallonia flanders brussels



Le Fonds Européen
de Développement Régional
et la Wallonie
investissent dans votre avenir



contactez votre opérateur local:



CECI N'EST PAS SURRÉALISTE!



PME, CHALLENGEZ-NOUS ET CHIFFRONS ENSEMBLE
COMBIEN VOTRE ENTREPRISE VA ÉCONOMISER SUR
LE BUDGET TÉLÉCOM MOBILE.

📞 Appel gratuit au 0800/160.26
🌐 www.BASEbusiness.be/PME

*économie moyenne réalisée sur le montant de la dernière
facture de 107 PME ayant demandé une offre BASE business
entre le 1^{er} novembre 2013 et le 6 janvier 2014.
Plus d'info sur www.BASEbusiness.be/PME

BASE® business

WE CHALLENGE. YOU WIN.