

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

ccim mag

MENSUEL N°06
JUN 2014
ÉDITION LIÈGE -
VERVIERS - NAMUR

L'invité
Dominique Petta
(4m Group)
Forza Resina



Dossiers

**REBRANDING
NOUVELLE IMAGE,
NOUVEL ENVOL?**

**« J'AI MAL À
L'ENTREPRISE: DES
REMÈDES, DOCTEUR? »**

www.ccimag.be

Projet de voyage ?

N'oubliez pas d'activer l'option de data roaming qui vous convient avant de partir en voyage.



Ce n'est pas parce que vous êtes à l'étranger que vous allez surfer moins et réduire le nombre d'e-mails que vous échangez. Au contraire: quand vous êtes à l'étranger, **vous voulez utiliser votre smartphone et votre tablette avec la même tranquillité**, tout en évitant les mauvaises surprises au retour. Dans ce cas, vous pouvez désormais compter sur les tarifs de data roaming particulièrement avantageux de Proximus, dans le cadre d'un plan tarifaire qui convient parfaitement à votre entreprise et votre flotte mobile. **Alors, activez votre option de data roaming avant de partir à l'étranger.**

Proximus vous recommande entre autres les options de roaming suivantes :

Pour des collaborateurs individuels
Vodafone Mobile Internet*

- € 20/mois
- 300 MB

Pour un groupe de collaborateurs
Shared Data Roaming Packs

- Un volume de data roaming (de 5 à 40 GB/mois) à partager entre tous les utilisateurs qui voyagent, occasionnellement ou fréquemment
- Plus d'activation individuelle
- Pas de limite sur le nombre d'employés

En savoir plus ? Prenez contact avec votre point de contact commercial Proximus habituel ou surfez sur www.proximus.be/enterpriseroaming

* Tarifs valables pour le surf mobile en Europe+. Tarifs hors formules, hors Europe+, liste des pays d'Europe+ et du reste du monde, et conditions sur www.proximus.be/enterpriseroaming. Tous les prix sont hors TVA. © Belgacom 2014. Tous droits réservés. Belgacom SA de droit public, boulevard Albert II 27, B-1030 Bruxelles.

Édito



NOGES D'ÉTAIN

C'était il y a 10 ans. Après de longues et difficiles fiançailles, la CCI de Liège, présidée par Jacques Thomas, convolait en justes noces avec la CCI de Verviers, présidée par Jean-Philippe Despontin. Une fusion brillamment réussie au point d'être rééditée, 5 années plus tard, avec la CCI Namur.

En 10 ans, il en a coulé de l'eau dans la Vesdre, dans la Meuse et dans l'Ourthe. Il s'en est passé une kyrielle d'événements, tantôt heureux, tantôt délicats, souvent ambitieux et toujours teintés de la même passion, de la même fougue et du même dynamisme. Dynamisme qui caractérise tellement bien cette CCI, notre CCI, votre CCI.

Si la fusion de nos CCI est un succès et si la situation actuelle est probablement plus efficace, plus saine et cohérente, il ne faut pas oublier qu'entre 2004 et 2014, il y a eu 2008. Une crise sans précédent, dont nous ne sommes toujours pas sortis et dont nous ne sortirons vraisemblablement jamais comme avant. Une crise qui nous a obligés à revoir notre copie, à réorienter notre façon de faire, à remettre en question notre mode de fonctionnement. Une crise qui a touché tout le monde, sans exception.

Mais, comme à toute chose, malheur est bon, nous restons convaincus du rôle encore plus important d'une Chambre de Commerce et d'Industrie performante et efficace dans une période économiquement délicate. En effet, la CCI n'a jamais été aussi présente, utile et vitale au développement de votre activité qu'aujourd'hui. Et si vous n'en n'êtes pas conscient, quelques chiffres suffiront peut-être à vous en convaincre. Avec près de 2000 membres, votre CCI est le premier réseau professionnel wallon. Le plus dynamique également avec plus de 70 événements sur la seule année 2013, ayant permis de rassembler plus de 11.400 participants, mais aussi probablement le plus visionnaire, avec des concepts et des idées toujours plus innovantes.

Comme le disait Oscar Wilde, « Le seul charme du passé, c'est qu'il est le passé. » Dès lors, croyez-nous, la CCI promet encore de vous surprendre à l'avenir, de tout mettre en œuvre pour vous permettre de croître et de contribuer à la réussite et au succès de toutes vos entreprises futures.

“ Nous restons convaincus du rôle encore plus important d'une CCI performante et efficace dans une période économiquement délicate.

Siège de Liège

Liege Airport
Bâtiment B50 (1^{er} étage) - 4460 Grâce-Hollogne
Tél.: 04/341.91.91 - Fax: 04/343.92.67

Siège de Namur

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

Président

Alexandre Grosjean

Vice-Président

Jean-François Coutelier

ALEXANDRE GROSJEAN, PRÉSIDENT CCI LIÈGE-VERVIERS-NAMUR
JEAN-FRANÇOIS COUTELIER, VICE-PRÉSIDENT CCI LIÈGE-VERVIERS-NAMUR



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

Éditeur responsable

Thierry Streef
Liege Airport - Bâtiment B50 - 4460 Grâce-Hollogne

Flashsez ce code sur votre Smartphone



et accédez à nos dernières news sur ccimag.be

Chef d'édition

Céline Léonard
Tél. 04/341.91.64 - cl@ccilvn.be

Publicité

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

Journalistes

Alain Braibant, Stéphanie Heffinck, Céline Léonard, Bob Monard, Jacqueline Remits, VDA.

Dossiers

Stéphanie Heffinck et Céline Léonard

Abonnements

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

Collaborations CCI

Jean-François Coutelier, Gilles Forêt, Alexandre Grosjean, Sonia Henkinet.

Photos

Jonathan Berger, Yves Goethals, Stephan Kerff, Samuel Szepetiuk

Impression

AZ Print

Maquette et mise en page

Mwp Communication - www.mwp.be

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

© CCImag'

Autour de

Le Phare de Liège

En novembre 2011 naissait l'idée d'intégrer un phare au sommet du Monument Interrallié de Cointe. Le 4 août 2014, cet improbable projet deviendra une réalité. Une concrétisation rendue possible grâce, notamment, au soutien d'entrepreneurs de la région liégeoise...



Zoom

Liège manque de bureaux

Moribond le marché des bureaux en région liégeoise ? Si les demandes émanant des entreprises sont bien présentes, on ne peut en dire autant de l'offre qui demeure en-deçà des attentes.

Honest Talk

Jean-Marie Becker Logistics in Wallonia

Depuis plusieurs années, la logistique est présentée comme l'une des principales pistes de reconversion pour la Wallonie. Une utopie ? Pas pour le président de Logistics in Wallonia qui confirme l'intérêt de nombreux pays pour notre situation géographique et nos infrastructures.



L'invité du mois

Dominique Petta 4m Group

La région liégeoise compte dans ses rangs nombre d'entrepreneurs à succès affichant un patronyme italien. Dominique Petta fait partie de ceux-ci. Parti de rien, ce Liégeois d'adoption s'est fait un nom dans le domaine de la construction en devenant le spécialiste des sols en résine. Retour sur l'ascension de cet entrepreneur nommé consul honoraire d'Italie en janvier dernier.



Portraits

Captel

Captel fête ses 40 ans. Pilotée depuis 20 ans par Anne Dimmers, le 1er call center belge a connu une forte croissance au cours des dernières années. Retour sur quatre décennies d'aventure entrepreneuriale.



A. Dimmers (Captel)

Vigo Universal

Depuis son plus jeune âge, Christophe Hermanns est passionné par les jeux vidéo. A force de persuasion, il a professionnalisé sa passion. Il ambitionne aujourd'hui de créer le plus grand centre de réplique de Wallonie.



Ch. Hermanns (Vigo Universal)

b blue

Pensée par un entrepreneur verviétois, b blue est la première boisson naturellement bleue. Mais là n'est pas la seule originalité de ce nouveau rafraîchissement qui avance de nombreux bienfaits pour l'organisme.



C. Maffrandier (b blue)

Benoît Nihant

A 30 ans, Benoît Nihant a quitté le monde de la sidérurgie pour celui du chocolat. Retour sur une succès story récemment ponctuée par l'inauguration de deux nouvelles boutiques à Tokyo et une en Corée du Sud.



B. & A. Nihant (Benoît Nihant)

Oxycure Belgium

Fondée en 2004, Oxycure Belgium est spécialisée dans l'oxygénothérapie à domicile pour insuffisants respiratoires. Leader sur ce marché, en Belgique, la firme namuroise emploie 35 collaborateurs.



C. Hardy & E. Thomas (Oxycure Belgium)

Deltatec

Deltatec est un bureau d'étude technologique spécialisé dans la conception de systèmes embarqués pour l'industrie, le spatial et l'audiovisuel. Affichant fièrement ses 25 ans, il prévoit de nouveaux développements.



C. Dutilleul (Deltatec)



Dossier

Rebranding : nouvelle image, nouvel envol ?

Bien plus qu'un changement d'image, une opération de rebranding s'associe souvent pour une société à une réflexion profonde sur son identité. Est-il temps pour vous de muer ? La réponse dans notre dossier.



• **Les raisons d'une nouvelle image**

• **Ils ont sauté le pas**

• **Combien coûte un logo ?**

• **Les erreurs à ne pas commettre**

• **Dernière étape : protégez votre nouvelle identité**

21

22

23

24

25

25

Zoom

Artisanat liégeois en péril

La gravure sur armes : un artisanat d'art typiquement liégeois aujourd'hui menacé de disparition. Les professionnels du secteur tirent la sonnette d'alarme dans l'espoir de rapides mesures économiques.

55

CCI

Business GLAce Meeting

A l'occasion de la sortie du nouveau Mercedes GLA, la CCI avait convié les amateurs de belles voitures dans un cadre réfrigérant : la Patinoire de Liège.



60

MADE IN Andenne

En ce mois de mai, le programme MADE IN était de passage à Andenne, une ville en plein développement économique, véritable noyau de PME et d'indépendants.

62

Les 10 ans de la fusion

C'était il y a 10 ans déjà. Liège et Verviers s'unissaient pour former la plus grande CCI de Wallonie. Des noces d'étain célébrées en présence de 400 convives lors d'une soirée au Hall du Paire.

64



YCN

Des animaux empaillés par centaines. C'est au cœur du cadre totalement insolite de la Masai Gallery que s'est déroulée la dernière soirée YCN. Un environnement hors du commun qui a laissé plus d'un participant pantois...

66



Le livre du mois

Apporter une approche différente, une autre vision des pratiques de la communication afin de limiter les impacts de ses actions : telle est l'ambition des auteurs de «Communication et développement durable : pour des pratiques plus responsables».

68

Dossier

« J'ai mal à l'entreprise. Des remèdes, Docteur ? »



Absentéisme, surprésentéisme, burn-out, stress, bore-out. Affectés par une série de « maux » liés à leur travail, des salariés souffrent en silence physiquement et/ou psychologiquement. Quand ils craquent, l'entreprise se retrouve elle aussi affaiblie. Des raisons humaines et économiques de se pencher sur cette douloureuse situation et d'agir au plus tôt.

27

Economie en images

Depairon : du linge sur la planche

Chez Depairon, le linge sale se lave en famille. Fondée en 1896, cette blanchisserie est aujourd'hui dirigée par la 4ème génération. Pas moins de 11.000 vêtements y sont quotidiennement lessivés par les 140 collaborateurs de la firme.



38

En bref L'actualité du chef d'entreprise

Au programme de cette édition : le concours Tech All Stars 2014, le programme First Entreprise, de nouvelles dispositions en matière de prévention du risque incendie... et bien d'autres infos encore!



42

Boîte à outils

Négocier avec les syndicats : un exercice qui ne s'improvise pas

Rigueur, modestie et réalisme : des principes à ne pas perdre de vue lorsque vous entamez des négociations syndicales. Spécialiste de la gestion des relations sociales, Denis Thibaut nous livre ses conseils.



44

Automobile Les vacances, c'est après-demain !

Quelques bons réflexes à adopter avant de prendre la route des vacances et un focus sur les «cabrio» esthétiques qui laissent un goût de grande liberté.



47



DOMINIQUE PETTA (4M GROUP)

FORZA RESINA



La région liégeoise compte dans ses rangs nombre d'entrepreneurs à succès affichant un patronyme italien. Dominique Petta fait partie de ceux-ci. Parti de rien, ce Liégeois d'adoption s'est fait un nom dans le domaine de la construction en devenant le spécialiste des sols en résine.

CÉLINE LÉONARD - © STEPHAN KERFF

Si le secteur du bâtiment a toujours eu les faveurs de Dominique Petta, c'est dans un tout autre domaine qu'il a pourtant débuté sa carrière. « *Après avoir décroché un diplôme de dessinateur industriel, je me suis essayé à des études de dentisterie. Un choix un peu influencé par ma belle-famille (rires). Je n'ai pas été au bout de ce cursus mais ai néanmoins ouvert un cabinet aux côtés de mon épouse, dentiste : elle assurait les soins tandis que je réalisais la technique dentaire.* »

Au bout de 3 ans, le modelage de dents se révèle une activité trop répétitive pour notre bouillonnant entrepreneur. Il se lance alors dans l'importation de textile et dans l'implantation de magasins de vêtements pour des groupes tels que Benetton et Esprit. Une passion pour ce secteur transmise par sa sœur aînée qui avait une usine de confection. « *Pour le groupe Benetton j'ai ouvert des points de vente aux 4 coins de la Belgique et du Luxembourg... jusqu'à l'arrivée de nouveaux acteurs tels que Zara ou H&M. Lorsque ces groupes ont émergé, j'ai préféré vendre et cesser la plupart de mes activités de distribution.* »

Cette aventure permet néanmoins à Dominique Petta de découvrir une technique alors méconnue : les revêtements de sols en résine. « *Celle-ci avait été utilisée dans certains points de vente. Séduit, j'ai conclu un partenariat d'importation pour le Benelux avec un fabricant italien.* » Après avoir importé les produits de la marque transalpine, Dominique Petta se met en quête d'une résine plus qualitative pour démarcher le secteur industriel. Il la trouvera au Royaume-Uni. S'appuyant sur le know-how des Britanniques, il fonde 4m Europe, une entreprise devenue leader européen dans son domaine.

Non content d'avoir hissé sa société au sommet, notre homme a, au fil des ans, diversifié ses activités au travers de 4m Group, une holding faisant la part belle à son secteur de prédilection : la construction. Dominique Petta est aujourd'hui à la tête d'un groupe employant 220 collaborateurs.

De par ses relations étroites avec le gouvernement italien, il a été nommé consul honoraire d'Italie en janvier dernier.

Mon coup de génie

« Mon coup de génie est d'avoir cru dans le potentiel d'un produit de niche : la résine pour sol. Une technologie largement méconnue voici encore 20 ans. J'ai été doublement bien inspiré en décidant immédiatement de l'orienter vers le secteur industriel. Pour répondre aux exigences de cette clientèle, je me suis tourné vers l'Angleterre où j'ai trouvé une résine de qualité mais surtout des hommes maîtrisant parfaitement les techniques de pose. Ces applicateurs expérimentés m'ont suivi en Belgique pour effectuer un transfert de technologie et former d'autres collaborateurs. L'industrie cosmétique (et plus particulièrement L'Oréal) fut l'un de nos premiers marchés. Une référence qui nous a rapidement ouvert les portes d'autres industries : Techspace Aero, Coca-Cola, Kraft, Detry, Nestlé, GSK, Baxter... »

Depuis 2005, 4m s'est étendue à l'international au travers de différentes filiales : 4m France, 4m Luxembourg, 4m UK, 4m Pologne et même 4m China. Cette orientation vers l'international est le fruit d'opportunités. Travaillant pour des multinationales, celles-ci nous ont spontanément recommandés aux autres sièges de leur groupe et de fil en aiguille... »

Un entrepreneur a souvent besoin de challenges. La prochaine étape pour 4m est la construction d'une usine de production de résine de 2.500 m² derrière notre bâtiment actuel de Battice. Ce nouvel outil de production sera opérationnel en 2015. Une partie de la production sera directement utilisée par notre société, l'autre sera vendue à l'export. Au travers de mon parcours, j'espère pouvoir démontrer qu'avec une réelle volonté d'entreprendre et avec de la passion pour ce que l'on fait, on finit toujours par mener à bien des projets d'entrepreneuriat... »

4M GROUP C'EST :

- ▶ Une holding rassemblant des entreprises de production industrielle (conception, fabrication et distribution de matériaux de construction spécifiques) et de services (solutions pour infrastructures et promotion immobilière)
- ▶ 11 sociétés dont 4m Europe, leader européen en revêtement de sols industriels
- ▶ 19 années d'existence
- ▶ Développement et construction, annuellement, d'une quarantaine d'appartements et surfaces commerciales
- ▶ 220 collaborateurs
- ▶ 35 millions € de chiffre d'affaires en 2013 (dont 25 millions pour 4m Europe)
- ▶ Un actionnariat 100% familial
- ▶ 32% du chiffre d'affaires réalisé à l'export



MÊME PAS PEUR !

WEBISSIMUS, L'AGENCE WEB & COM
QUI S'ENGAGE SUR LE RÉSULTAT



BIO EXPRESS

- ▶ Né le 10 janvier 1959 dans la Province de Campobasso (Molise, Italie)
- ▶ **1969** : arrive en Belgique (Beyne-Heusay) aux côtés de ses parents
- ▶ **1971** : entame des études d'humanités générales à l'Athénée Saucy (Liège)
- ▶ **1981** : décroche un diplôme de dessinateur industriel et bâtiment
- ▶ **1985** : s'associe à son épouse au sein d'un cabinet dentaire
- ▶ **1988** : collabore avec des groupes internationaux pour l'importation et la distribution de textile
- ▶ **1995** : crée 4m Europe en partenariat avec des entrepreneurs anglais
- ▶ **1998** : rachète l'entièreté des parts de 4m Europe et fonde 4m Group
- ▶ **2008** : crée 4m Engineering pour la rénovation des ouvrages d'art de génie civil
- ▶ **2009** : commence son activité de développement de projets immobiliers
- ▶ **2010** : fait l'acquisition de l'entreprise SelectColor (usine de production de résines, peintures, enduits spécifiques...)
- ▶ **2011** : devient propriétaire du Domaine des Hautes Fagnes
- ▶ **2014** : est nommé consul honoraire d'Italie pour les provinces de Liège et de Luxembourg
- ▶ Marié (depuis 30 ans), père de 2 enfants

Coup de gueule

« Être entrepreneur n'est pas toujours le choix la plus aisé, particulièrement dans certaines régions d'Europe. J'ai le sentiment que l'opinion publique a une vision faussée du monde des affaires et que cette perception freine le développement économique de notre région. En tant que patron, je suis, notamment, irrité par le coût trop élevé du travail ainsi que la difficulté que j'ai à trouver du personnel qualifié. En effet, alors que le taux de chômage est important, je peine à trouver des collaborateurs. Souvent, certaines personnes semblent avoir le profil idéal mais elles n'ont que rarement l'envie de réellement faire leurs preuves et de s'investir pour achever certains projets. Cependant, je voyage énormément dans le cadre de mon travail et je peux vous assurer que l'herbe n'est pas particulièrement plus verte ailleurs. »

Coup de cœur

« Il est très difficile de mener à bien une aventure entrepreneuriale si on ne bénéficie pas du soutien de ses proches. Je dédie donc ce coup de cœur à ma famille qui m'a toujours épaulé dans mes démarches. J'ai, aujourd'hui, le plaisir de collaborer avec deux de mes frères dans le cadre d'activités immobilières et de travailler avec le Cabinet Petta pour l'expertise juridique et fiscale. Parmi les collaborateurs de 4m, j'ai aussi la chance de compter mon fils et mon troisième frère.

Par ailleurs, je voudrais profiter de l'occasion pour remercier tous les membres de mon personnel grâce à qui le groupe a atteint ce niveau et continue de grandir. La confiance accordée par mes collaborateurs est très précieuse pour un dirigeant. »

DU TAC AU TAC

▶ Quelle est votre plus grande qualité?

Je suis un éternel optimiste. À mes yeux, il y a presque toujours la possibilité de trouver une solution à un problème.

▶ Un défaut?

J'ai parfois du mal à canaliser mon impatience face à la lenteur de certaines opérations. Je suis dynamique et j'apprécie voir les choses avancer rapidement une fois qu'une décision est prise.

▶ Votre devise

Never say impossible... Un travail assidu vient à bout de tout!

▶ Si c'était à refaire...

Je referais le même parcours même si je reconnais avoir commis quelques erreurs d'appréciation vis-à-vis de partenaires. Ainsi, certains grands groupes internationaux ne sont pas toujours dignes de confiance. Ces déconvenues ont, toutefois, forgé mon caractère. Elles m'ont appris à encaisser et à ne pas me laisser abattre.

4M GROUP

Z.I. Cour Lemaire n°11 à 4651 Battice
Tél. : 087/69.35.35
www.4mgroup.eu

LE PHARE DE LIEGE:

En novembre 2011 naissait l'idée d'intégrer un phare au sommet du Monument Interralié de Cointe. Le 4 août 2014, cet improbable projet deviendra une réalité. Une concrétisation rendue possible grâce, notamment, au soutien d'entrepreneurs de la région liégeoise...

CÉLINE LEONARD

Imaginé dans les années vingt, le Monument Interralié de Cointe est né de la volonté de saluer la mémoire des soldats tombés lors de la grande guerre. C'est au pied de ce monument qu'aura lieu, le 4 août 2014, une cérémonie de commémoration du centenaire du conflit. Le 4 août, c'est également l'échéance que se sont fixés les porteurs du projet Phare de Liège qui aspirent à faire coïncider l'inauguration du Phare avec cette journée de commémoration. Leur objectif à plus long terme : faire de ce nouveau repère liégeois un témoin contemporain du premier conflit mondial ainsi qu'un pôle d'attraction touristique pour la Cité ardente. Exigeant des compétences très spécifiques, la réalisation du projet a été confiée à la société

française *Skylight*, conceptrice du phare de la Tour Eiffel. La technologie employée par la firme se veut simple et durable de manière à ce qu'une entreprise locale puisse sans peine en assurer la maintenance une fois le projet achevé. D'une portée d'environ 3 kilomètres, le Phare affichera une technologie peu énergivore puisque 2.000 watts suffiront à son fonctionnement. Soit l'équivalent d'un fer à repasser !

Projet d'envergure, le Phare de Liège nécessitait un budget de 60.000 €. Des sponsors privés ont permis de rassembler 80 % des fonds nécessaires. Une souscription a ensuite été lancée auprès des particuliers pour récolter les 20 % manquant. Une souscription comparable à celle menée dans les années 20 pour construire le Monument Interralié...

MOUSTIC

« J'ai entendu parler du phare pour la première fois voici deux ans. J'ai immédiatement été séduit par l'originalité du concept ainsi que sa dimension mémorielle. Initiateur du projet, Gilles Forêt était un peu seul à l'époque. J'ai donc décidé de lui apporter mon soutien pour mener à bien sa mission numéro 1 : convaincre les décideurs et le grand public de l'intérêt de ce phare. Plutôt que d'apporter une aide financière, j'ai préféré mettre à disposition les compétences de mon entreprise pour concevoir un logo, un site web, des séquences vidéo... Aujourd'hui encore, je veille à répondre aux besoins en communication du projet. Des besoins qui iront croissant à l'approche du 4 août. Au-delà de cette date, je resterai impliqué puisque je suis devenu secrétaire de l'ASBL Phare de Liège.

À refaire, je replongerais sans hésiter dans cette aventure. Le fait d'avoir appris, en cours de route, que l'architecte du Monument Interralié avait dès le départ imaginé un phare au sommet de sa création m'a plus que jamais conforté dans le bien-fondé de cette initiative. J'ai également eu énormément de plaisir à rencontrer d'anciens combattants qui se sont dits heureux de voir des « petits jeunes » œuvrer pour ce devoir de mémoire. »



Olivier Colle, gérant de Moustic

MOUSTIC : Chemin Futvoie n°8C à 4900 Spa – www.moustic.be





bientôt une réalité

EQUIP'

« J'ai eu vent du projet en 2012 et il a de suite interpellé le petit navigateur et le Liégeois que je suis », relate Christophe Naa, Administrateur du groupe Equip'. « J'y ai tout d'abord vu du sens pour Equip' dont la principale mission est de guider les gens dans leur trajectoire de vie ; un parallèle clair avec un phare qui aide les bateaux à arriver à bon port. À titre plus personnel, ce projet, au travers de sa dimension mémorielle, m'a parlé en tant que père. À l'instar du travail mené par les Territoires de la Mémoire, je vois dans ce phare un témoin du passé pour les générations actuelles et futures. Au-delà de la date symbolique du 4 août 2014, je voudrais que l'on se souvienne, à chaque fois qu'il illuminera la ville, de la raison pour laquelle il est allumé. »



Christophe Naa,
Administrateur d'Equip'

Partenaire historique du Phare de Liège, le groupe Equip' a financé les essais techniques réalisés en novembre 2012 par la société parisienne Skylight. Ces essais ont permis de simuler le faisceau de lumière pressenti, de déterminer l'intégration harmonieuse du dispositif au sein du Monument Interralé et de valider l'ensemble des paramètres techniques.

EQUIP' : Boulevard de la Sauvenière n°135 à 4000 Liège
www.groupequip.be

LIÈGE ART & PRESTIGE

Créée en 2012, l'ASBL Liège Art & Prestige rassemble des amoureux de la ville de Liège essentiellement issus du monde des affaires. On retrouve ainsi parmi la vingtaine d'adhérents des noms tels que François Fornieri (Mithra), Pierre Grivegnée (Immoval), Pierre Poncin (Groupe Pierre Poncin) ou Olivier-Noël Martin (Crowne Plaza). Leur vocation ? Soutenir tout projet pouvant contribuer au rayonnement de la Cité ardente. « Et quoi de plus rayonnant qu'un phare ? » souligne Pierre Bottin, secrétaire de l'ASBL. « Nous avons entendu parler du projet par voie de presse l'an dernier. D'emblée, il nous est apparu comme une initiative que notre association devait aider. Un phare constitue en effet un élément attractif dont peu d'autres villes sont dotées dans les environs. Il s'agit donc d'une manière de distinguer Liège des villes avoisinantes. La symbolique toute particulière entourant le projet a achevé de nous convaincre. Il n'a donc pas fallu de grands débats lors de notre comité pour décider d'une intervention financière. »

Le fait que les responsables du projet lancent une souscription auprès du grand public pour financer les 20 % manquant à également séduit l'association : « Ce mode de financement nous plaît, poursuit Pierre Bottin. Pourquoi ne pas imaginer dès lors de le mettre en œuvre pour d'autres projets ? En collaboration avec le GRE-Liège nous planchons ainsi sur la création d'une plateforme de crowdfunding qui viserait à soutenir des initiatives capables de valoriser le patrimoine artistique et culturel de la ville. »

Depuis sa création, l'ASBL Liège Art & Prestige a, entre autres, participé au financement de la Fontaine de la Tradition (située Place du Marché) et au remplacement de certains vitraux de la cathédrale Saint-Paul. Des interventions rendues possibles grâce à la cotisation de ses membres et aux rentrées générées par l'organisation d'événements divers.

LIÈGE ART & PRESTIGE : Mont Saint-Martin n°9 à 4000 Liège

ILS ONT ÉGALEMENT SOUTENU LE PROJET

Partenaires privés :

4m Europe, BPC Liège, Crowne Plaza, Derichebourg, Ethias, Loterie Nationale et NECO-énergie.

Partenaires publics :

A.S.T.R.I.D., le Corps consulaire de la Province de Liège, Liège Demain, Liège Expo 14-18, M.U.P.O.L. (Association des manutentionnaires et usagers du Port de Liège), la Province de Liège, la Régie des Bâtiments et la Ville de Liège.

PLUS D'INFOS : www.pharedeliège.be

Rent & → Roll

Une solution innovante
pour une flexibilité optimale.

Rent & Roll vous apporte une
liberté de choix inédite.

Jusqu'à présent, vous aviez le choix entre une location à court terme, jusqu'à vous-même, ou un leasing à long terme de deux ans minimum. Avec Rent & Roll, Athlon Car Lease vous propose une solution intermédiaire entre ces deux formules. Pour une flexibilité totale qui répond plus précisément aux besoins et vos besoins de mobilité.

Rent & Roll. Vous déterminez vous-même le
degré de flexibilité.

Rent & Roll est synonyme d'un large choix de véhicules de merchandising, parfaitement équipés. Après 12 mois, vous pouvez prolonger le contrat ou récupérer le véhicule à tout moment. Sur simple demande vous avez également l'assurance de l'usure en leasing opérationnel. Une solution unique qui fait de Rent & Roll un concept révolutionnaire dans le domaine de la location.

Une formule révolutionnaire dans le
domaine de la **location.**

www.athloncarlease.be

ATHLON
CAR LEASE

Brought to the solution

A
B



LIMELOGIC

LIBÉREZ-VOUS DE LA GESTION DE VOTRE PARC INFORMATIQUE !

All-Inclusive



Management

Votre réseau informatique toujours au meilleur de sa forme — voilà ce que propose Limelogic avec son forfait invariable pour la gestion des parcs informatiques des PME. Un souci en moins pour les patrons !



Jean-Christophe ROBIN
Directeur général

Toujours au four et au moulin, le dirigeant de PME ne dispose pas du temps ni souvent des compétences nécessaires pour prendre en charge la gestion du réseau informatique de son entreprise. Qu'à cela ne tienne. Une solution existe, qui lui permet de se concentrer pleinement sur le développement de ses activités. Cette solution, Limelogic la lui fournit sous la forme d'un forfait invariable. Jean-Christophe Robin, l'un des deux administrateurs délégués de Limelogic, nous présente ce concept révolutionnaire.

Comment est née Limelogic ?

Jean-Christophe Robin : « Avec Eric Granados, nous avons créé cette société en 2006 dans le but de libérer les PME de la problématique de l'informatique. Tôt dans mon parcours professionnel, j'ai été confronté à la gestion de l'outil informatique, ma direction m'ayant donné la casquette de responsable informatique — alors que je ne suis pas informaticien. J'ai rapidement été confronté à des prestataires de services IT dont je ne comprenais pas le discours et qui ne prenaient pas leurs responsabilités. Un jour, on rencontrait un problème; trois jours plus tard, le même problème survenait à nouveau. Et chaque intervention était bien évidemment facturée. Je me suis dit que beaucoup d'autres dirigeants et responsables d'entreprise devaient également vivre cette situation, contraints de faire appel à des prestataires sans obligation de résultat par rapport aux problèmes à résoudre. Il ne vous viendrait pas à l'esprit d'acheter une voiture de société sans savoir ce que coûteront l'assurance et les entretiens. Pourtant, en informatique, les clients devaient se contenter d'un flou total à ce sujet. Jusqu'à ce que Limelogic arrive. »

Que proposez-vous de différent ?

J.-C. R. : « Nous proposons un contrat mensuel forfaitaire et invariable, quelle que soit la quantité de prestations à réaliser et que la panne soit d'origine matérielle ou logicielle. Ce contrat varie bien sûr d'une entreprise à l'autre en fonction du nombre d'utilisateurs. Aujourd'hui, nos partenaires savent ce qu'ils vont déboursier sur une durée de 48 ou 60 mois. Il ne s'agit plus de faire aveuglément confiance au prestataire. Limelogic s'impose des obligations de résultats, assorties de coûts fixes et maîtrisés. Nous fournissons également le matériel et ce, exclusivement dans le cadre de nos projets : nous ne sommes pas des vendeurs de matériel. Nous nous considérons comme le département

informatique de chacun de nos clients. Travailler avec nous revient à « engager » une équipe d'informaticiens. Le dirigeant de PME connaît le montant de ses dépenses à l'euro près puisque nous lui présentons anticipativement le budget nécessaire (au niveau maintenance matériel, logiciel, etc.) pour pouvoir mener à bien notre mission pour la durée du contrat. Quand nous avons lancé ce concept, personne ne le pratiquait et son caractère radicalement innovant a d'ailleurs pu surprendre — voire dérouter — certains chefs d'entreprise avant de susciter leur complète adhésion. »

À qui vous adressez-vous ?

J.-C. R. : « L'essentiel de notre clientèle se compose de PME qui ne comptent pas d'équipe informatique en interne ou qui souhaitent que cette dernière délègue la gestion du réseau à un prestataire externe afin qu'elle puisse se concentrer sur d'autres tâches essentielles pour l'entreprise. De nombreuses PME disposent d'une application métier, c.-à-d. un logiciel spécialisé dédié au cœur de métier de l'entreprise. Par exemple, les notaires travaillent avec un logiciel développé spécialement pour les études notariales. Nous ne prenons pas en charge de telles applications, ce qui signifie que la PME continue à travailler avec son fournisseur historique. Nous nous chargeons de tout le reste, de la gestion de toute l'informatique. »

Comment travaillez-vous ?

J.-C. R. : « Limelogic occupe 13 personnes. Nous entretenons des relations au quotidien avec nos clients, qu'il s'agisse de l'oubli d'un mot de passe ou d'une base de données corrompue. Comme nous sommes responsables de leur informatique, nous avons tout intérêt à ce que tout fonctionne parfaitement. Les interventions sont à notre charge. Nous travaillons 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Toutes les installations sont surveillées en permanence à distance. En cas de panne, un message est envoyé automatiquement par le système sur les téléphones mobiles des techniciens. Ces derniers peuvent intervenir sans délai de manière à ce que, si une panne survient le week-end par exemple, tout soit en ordre pour que les employés puissent travailler dès le lundi matin. »

Quels sont vos objectifs ?

J.-C. R. : « Jusqu'à présent, nous nous sommes développés quasi exclusivement en région liégeoise. Désormais, nous souhaitons exporter notre modèle vers toute la Wallonie et la région Bruxelloise. Le potentiel de croissance est conséquent et nous comptons bien l'exploiter. »

LIMELOGIC

Rue Ernest Solvay, 29 - 4000 Liège - Tél. : 04 221 10 10 - Fax : 04 221 20 20

www.limelogic.be - info@limelogic.be



La conduite écologique est rentable

Si l'on tient compte du Total Cost of Ownership (TCO : frais d'achat + d'utilisation) d'un véhicule sur un cycle de vie complet, la conversion est avantageuse. C'est aussi l'avis de nos experts : Didier Hendrickx : "Pour le CNG, le TCO est déjà positif pour différents modèles, surtout parce que le gaz naturel à la pompe est au moins 20 % moins cher que les carburants traditionnels." Joeri Van Mierlo : "Pour les petites voitures électriques, il est difficile de trouver un TCO qui concurrence les voitures diesel et essence mais le TCO est bien positif dans le segment des véhicules de luxe et familiaux." Le service de colis DPD a également résolument opté pour le CNG. "Nous incitons financièrement nos 300 chauffeurs indépendants à échanger leur voiture diesel pour un véhicule qui roule au gaz naturel. Elles émettent non seulement moins de substances nocives mais ont aussi un impact économique positif", conclut le Managing Director Marc Moriaux.

AVIS D'EXPERT

Il est grand temps d'accroître la mobilité durable

L'avenir est aux voitures qui roulent au CNG (gaz naturel comprimé) ou à l'électricité. Elles sont non seulement plus respectueuses de l'environnement mais sont aussi financièrement intéressantes pour les entreprises.



DIDIER HENDRICKX
Natural Gas Vehicles Platform belge



PROF. DR. JOERI VAN MIERLO
Électrotechnique et Technique de l'Énergie de la VUB

75 % de nos déplacements se font en voiture et ce n'est pas près de changer. Nous devons donc plus que jamais investir dans les véhicules écologiques. C'est la seule manière de réduire efficacement les émissions de particules fines, de NOx et de CO2. Mais y sommes nous préparés ?

Appréhensions injustifiées

Selon Didier Hendrickx, responsable de la Natural Gas Vehicles Platform belge, nous avons une approche trop conservatrice. "Il y a encore trop d'appréhensions injustifiées vis-à-vis des nouvelles technologies pour leur donner une chance". C'est également l'avis du Professeur Dr Joeri Van Mierlo, ingénieur et professeur à l'Unité de recherche Électrotechnique et Technique de l'Énergie de la VUB. "Nous devons tous oser investir dans les véhicules électriques : pouvoirs publics, entreprises et consommateurs. La technologie des batteries s'améliore en permanence et son efficacité doublera encore d'ici 2020, sans compter que leur autonomie évolue sans cesse."

Synergie entre électricité et gaz naturel

Les voitures au gaz naturel et à l'électricité peuvent être utilisées de manière complémentaire dans un parc automobile vert. La voiture électrique est idéale pour les utilisateurs qui ne parcourent qu'une centaine de kilomètres par jour. Le CNG s'adresse plutôt aux conducteurs de voitures personnelles, de camionnettes et de camions qui couvrent des distances plus longues.

Des stations de CNG et des points de chargement électriques en suffisance

"La Belgique compte aujourd'hui quatorze pompes publiques au CNG. Six nouvelles stations de ravitaillement CNG vont encore s'ajouter début 2014. L'objectif d'ici 2025 est d'équiper 10 % des stations existantes d'une infrastructure CNG et/ou LNG et que 3 % des conducteurs optent pour ces carburants", déclare Didier Hendrickx. Trois de ces quatorze stations-services – à Anvers, Bruges

et Malines – sont exploitées par Electrabel. "Pour l'heure, la Belgique compte 410 points de chargement électrique publics. Selon la législation européenne, leur nombre devra passer à 20 000 d'ici 2020. Mais si l'on en croit nos propres calculs, la Belgique aurait alors besoin de 40 000 points de chargement publics", précise Joeri Van Mierlo. Et ici aussi, Electrabel a un rôle à jouer. Afin de simplifier la recharge, Electrabel a introduit le CarPlug Home et le CarPlug Office. Outre l'infrastructure de chargement, cette solution intègre un système intelligent, le Fleet Management, qui permet aux entreprises de gérer leur flotte. Et au Mobility Manager d'avoir une vue globale des consommations.

Plus d'informations ?

Pour en savoir plus sur nos solutions durables, surfez sur www.electrabel.be/mobilitedurable ou envoyez un e-mail à sustainablemobility@electrabel.com

Sous la responsabilité d'

Electrabel
GDF SUEZ



[Captel]

Un client en 1974, plus de 600 en 2014

- ▶ Le premier call center belge célèbre ses 40 ans
- ▶ Entrée comme étudiante, Anne Dimmers a pris la tête de la société en 1994
- ▶ Captis ou l'impressionnante croissance de la filiale de Captel

ALAIN BRAIBANT

En ce temps-là, la région de Liège était confrontée, déjà, aux difficultés de la sidérurgie. Cela n'empêcha pas un nouvel acteur économique d'apparaître sur la pointe des pieds, le CTP, le centre téléphonique permanent, créé en 1974... pour un seul client, un médecin.

Le nouveau statut de la femme

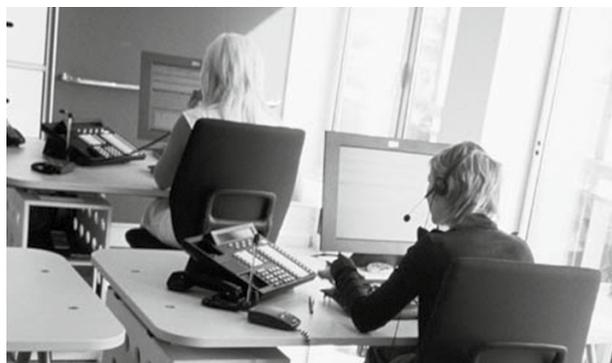
La raison de ce choix? L'évolution de la société! De plus en plus d'épouses de médecin exercent leur propre métier, divorces et séparations se font plus nombreux et de plus en plus de femmes sortent des facultés de médecine. Bref, la « femme du docteur répondant au téléphone » n'est plus vraiment d'actualité!

Anne Dimmers fait son entrée chez CTP, comme étudiante, à la fin des années septante. « *Le centre fonctionnait 24 heures 24, 7 jours sur 7. Pendant les vacances, je me souviens d'avoir travaillé jour et nuit, à deux, pendant tout un mois.* » Cela se passait dans le complexe Grétry à Liège, où Captel est toujours implanté en 2014. « *Nous occupions un appartement, aujourd'hui nous en occupons huit, plus tout un rez-de-chaussée.* »

Dix ans plus tard, Anne Dimmers n'est plus étudiante, elle n'est pas encore propriétaire, elle est une super secrétaire! Il faut jongler avec les fiches des clients, leurs noms, leurs prénoms, leurs spécialités. Pas question de se tromper, comme le fit un jour une secrétaire qui avait confondu un vétérinaire et un gynécologue. Ce n'est qu'une anecdote car, déjà, la société a bonne réputation et grandit jour après jour. « *En 1990, explique Anne Dimmers, l'entreprise s'est ouverte à d'autres professions. Notre premier client non médical, qui nous est toujours fidèle, est la société de construction limbourgeoise Derriks, de Borgloon, qui souhaitait s'implanter en Wallonie et avait besoin d'un numéro de téléphone liégeois.* »

L'audace plutôt que la faillite

Pourtant, en 1994, suite à des erreurs de gestion, la faillite menace. C'est alors qu'Anne Dimmers entre vraiment en scène. Pour sauver son emploi et celui de ses 6 collègues, elle décide de reprendre la société qui prend le nom de Captel. « *Je ne savais pas lire un bilan! Je suis allée voir toutes les administrations pour obtenir des délais de paiement et j'ai bénéficié du soutien de ma banque. Comme disait un consultant, « c'est sans doute parce que tu n'y connaissais rien que tu as osé prendre de tels risques! »* Ce n'est qu'en 1998 que la société sort du rouge.



Les deux tournants

Un tournant décisif a marqué l'histoire du premier call center wallon, en 1996: l'informatisation. Adieu, les fiches, bonjour les ordinateurs! Et surtout, bonjour Estel, un logiciel conçu en interne. « *Je l'ai présenté au Salon Initiatives de Liège et je l'ai vendu à Paris, à Lille, à la Région wallonne, à la Province de Liège pour la gestion des situations de crise et même à d'autres call centers.* » Grâce à cette opération commerciale profitable, le ciel financier s'éclaircit. En 2008, c'est le début de la collaboration avec le distributeur liégeois d'électricité, Lampiris. Avec Christine Ruwet, son associée qui détient 4 % du capital, Anne Dimmers crée une nouvelle société, Captis, qui occupe aujourd'hui plus de 80 personnes. Il a fallu trouver de nouveaux locaux, d'autant plus qu'avec 600 clients, Captel

a continué à grandir et emploie 40 secrétaires. Les deux sociétés sont devenues de véritables centres de contacts: « *Pour Lampiris, nous assurons le suivi des appels des clients et répondons par mail à leurs questions et chez Captel, nous rédigeons, par exemple, les documents administratifs pour plusieurs sociétés d'intérim. Les secrétaires ne doivent plus se contenter d'une bonne diction, elles doivent aussi s'exprimer correctement par écrit!* » Un travail exigeant mais Anne Dimmers, très maternelle, gère les 2 entreprises comme une grande famille!

« *Qui n'avance pas recule* », dit le proverbe. Dernière initiative de cette entrepreneuse dans l'âme: en 2013, la création du centre de formation Capestel et de la société Can Basso Training qui organise des séminaires dans une vieille ferme restaurée à Ibiza. On connaît des endroits moins agréables...



Depuis 20 ans, Anne Dimmers est à la tête de Captel.

CAPTEL

Rue Grétry n°50/96 à 4020 Liège
Tél.: 04/344.44.44
www.captel.be

My Life powered by
Samsung GALAXY S5



16MP
Camera



Ultra power
saving mode



Dust & Water
Resistance



S Health



Kids Mode



0,562 W/Kg
(B)



www.samsung.com

SAMSUNG



[Vigo Universal]

DU FEU ET DES ROBOTS

- ▶ Entreprise créatrice de concepts innovants mêlant technologies, informatique et événementiel
- ▶ Fondée en 2011, chiffre d'affaires de 250.000 € en 2013 et croissance continue
- ▶ À la recherche d'investisseurs pour créer le plus grand centre de réplification de Wallonie

JACQUELINE REMITS

Depuis son plus jeune âge, Christophe Hermanns est passionné par les jeux vidéo. Il reçoit son premier ordinateur à 5 ans et, dès 7 ans, en 1988, commence à programmer. Après un graduat en informatique à la Haute Ecole Rennequin Sualem de Seraing, devenu orphelin il est obligé de se prendre en charge. « Au CPAS avec un job d'étudiant chez Microsoft, j'ai continué à étudier par moi-même pour décrocher le boulot que je voulais dans le jeu vidéo, il n'existait pas de formation de ce type en Belgique », commence-t-il. Grâce à la qualité de ses travaux, il se fait rapidement remarquer par quelques sociétés internationales. À 22 ans, il décroche son premier emploi dans le jeu vidéo.



Christophe Hermanns (fondateur)

“ J'ai professionnalisé mes passions. ”

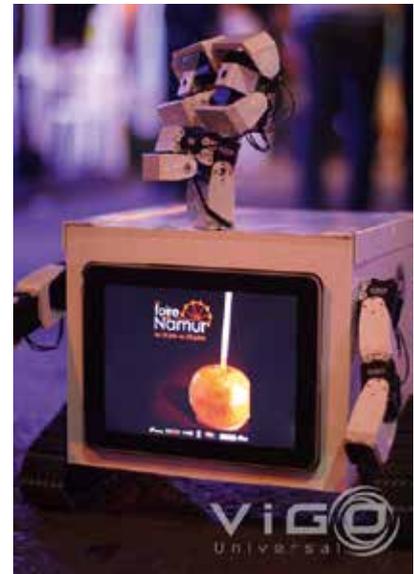
Rapidement, son talent est reconnu. Il travaille en Belgique, mais aussi à Paris et à Singapour. « Je menais beaucoup de projets pour différentes sociétés. Au bout d'un moment, j'en ai eu assez d'être toujours dans l'ombre. » Il décide alors de créer sa société au cœur de métier hors des sentiers battus. « Très tôt, j'ai été passionné par le médiéval. J'ai commencé à monter des spectacles historiques et entrepris de la recherche en pyrotechnie pour des spectacles de feu. Je voulais réaliser en vrai ce qu'on voyait dans les jeux vidéo. » Il crée les instruments, la mise en

scène, les spectacles. « Avec ma double casquette, artistique et technique, j'ai professionnalisé mes passions. Elles me rapportent de l'argent, ce qui me permet de les développer. » Également maître d'armes et jongleur, il donne des cours d'escrime et de jonglerie.

Vigo Universal est fondée en 2011 au cœur de Namur. Non sans mal. « Je suis allé demander de l'aide aux différents organismes financiers et invests de la région en leur expliquant que je n'avais ni famille, ni argent, et que je voulais créer une société avec 6 activités différentes. On m'a ri au nez, je n'ai eu que des portes fermées. J'ai tout fait tout seul en bossant 16 heures par jour avec, simultanément, 3 emplois de programmeur, en plus de la création de ma société. » En voyant les premiers résultats, les organismes financiers finissent par lui faire confiance. « Je continue à bosser autant pour faire avancer les 6 secteurs. Je voulais une espèce de toile qui me permette d'aborder les clients sous n'importe quel angle et les faire revenir ensuite pour d'autres services. Cette synergie, qui n'existe nulle part ailleurs, permet de faire fonctionner l'entreprise sans arrêt. » Actuellement, Vigo, dont Christophe Hermanns est le seul actionnaire, emploie 5 personnes, des passionnés aux profils différents qui se complètent pour façonner les projets, et cherche à en engager d'autres.

Teams buildings avec combats en armure et robots volants

Depuis 3 ans, l'entreprise propose des solutions complètes sur mesure au service de projets, des plus classiques aux plus fous, dans 6 départements : IT (développement de logiciels sur mesure, interfaçages homme – machine, reconnaissance gestuelle, serious games), Design (agence de communication décalée et innovante), Event (spectacles de feu avec Les Orryflammes et reconstitution médiévale avec Les Dragons d'Argent), Replication (numérisation et reproduction 3D d'objets et de personnes, gravures et découpes laser), Robotic (location



et création de petits robots interactifs), Photos (reportages photos et vidéos pour clients professionnels et privés).

Partie de zéro, la société a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires de 250.000 € et continue à croître. « Nos premiers spectacles de feu se vendaient quelques centaines d'euros, aujourd'hui, ils ont évolué et se vendent entre 15.000 et 30.000 €. Nous réalisons également des teams buildings à caractère historique avec combats en armure ou courses de robots volants pour les entreprises. » Vigo Universal est à la recherche d'investisseurs pour un projet de robot humanoïde et pour la création de ce qui deviendra le plus grand centre de réplification de Wallonie. Vigo n'a pas dit son dernier mot.



VIGO UNIVERSAL

Rue des Dames Blanches, 4/1 à 5000 Namur
Tél. : 081 54 91 78
www.vigo-universal.com

LIÈGE manque

Moribond le marché des bureaux en région liégeoise? Si les demandes émanant des entreprises sont bien présentes, on ne peut en dire autant de l'offre qui demeure en-deçà des attentes, en particulier en matière de bâtiments neufs. Conseiller en immobilier d'entreprise, la société DTZ a mené une étude sur le sujet. Elle nous livre certaines tendances actuelles et à venir...

CÉLINE LÉONARD

Un double constat

Au regard de Pierre Badot, Head of DTZ Wallonie, un double constat saute aux yeux lorsque l'on se penche sur le marché des bureaux liégeois :

- **Un manque de dynamisme :** « Celui-ci est imputable au manque d'offres et non à l'absence de demandes. Ainsi, au sein des bâtiments construits au cours des 5 dernières années, il ne reste plus que 1,6 % d'espaces disponibles (5,25 % dans les immeubles antérieurs à 2009). Ces chiffres sont 3 à 4 fois inférieurs à ceux observés dans d'autres villes belges comparables telles que Gand ou Malines. Il va sans dire que c'est surtout dans le centre-ville que l'absence d'offres est la plus criante. »
- **Un parc vieillissant :** « Sur l'ensemble des bureaux recensés en région liégeoise, 75 % ont été construits voici plus de 5 ans. Fondamentalement, 5 ans, ce n'est pas vieux mais il faut être bien conscient que la durée de vie des immeubles est de plus en plus courte en raison de l'évolution constante des normes écologiques et des attentes nouvelles des occupants. Étant donné le peu d'espaces disponibles, il est très difficile de procéder à une rénovation de ce parc. Il faudrait en effet créer une offre plus grande pour disposer d'un vide structurel suffisant permettant d'organiser une rotation. »

Le manque d'offre en matière de bureaux récents a incité certaines grandes entreprises liégeoises à (re)développer elles-mêmes leurs infrastructures (Lampiris, CMI, EVS...) « Mais d'autres sociétés, peut-être moins attachées à la région, pourraient tout simplement décider de quitter Liège, voire la Wallonie, poursuit Pierre Badot. Les pouvoirs publics ont bien pris conscience de l'enjeu. Raison pour laquelle ils ont entamé depuis quelques années une démarche beaucoup plus volontariste de délivrance de permis de bâtir. Mais il faudrait davantage encore accentuer cette tendance. »

Les attentes des entreprises

À Liège, comme ailleurs en Belgique, les employeurs sont à la recherche d'infrastructures situées à proximité des transports en commun. « C'est ainsi que l'on voit dans de nombreuses villes belges des projets immobiliers se développer autour des gares. Liège ne déroge pas à la règle puisque les quartiers entourant les gares des Guillemins et de Liège-Palais sont appelés à émerger. »

Parallèlement à cette recherche de proximité avec les transports publics, les entreprises sont en quête d'emplacements aisément accessibles en voiture. « La proximité avec les transports en commun est davantage recherchée par les sociétés composées d'employés sédentaires ; l'accessibilité automobile par les entreprises se déplaçant fréquemment vers leur clientèle. »

Les projets à venir

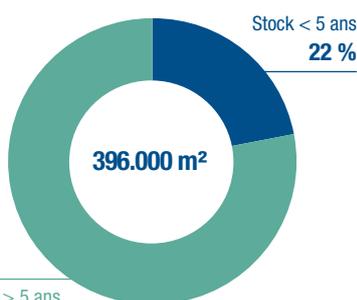
Au travers de son étude, DTZ dresse également un état des lieux quartier par quartier. L'occasion de faire le point sur les projets en cours de finalisation ou de création :

- **Liège-centre :** seule l'extension du Palais de Justice est venue étoffer l'offre de ce quartier (180.000 m²) au cours des dernières années. C'est peu, trop peu... Deux projets

“ Au sein des bâtiments construits au cours des 5 dernières années, il ne reste plus que 1,6 % d'espaces disponibles. ”

y sont attendus dans un futur proche : celui porté par la société Buelens qui verra naître près de 11.000 m² de bureaux au Cadran (seul projet sur Liège disposant aujourd'hui du permis d'urbanisme et dont la livraison est attendue pour la mi-2016) et celui qui générera 10.000 m² de bureaux Boulevard de la Sauvenière.

- **Guillemins :** la très attendue Tour des Finances (39.000 m²) sera livrée en 2015. Avant cela, le quartier verra l'arrivée du « modeste » Espace Fragnée (=2.000 m²). Même si cela est encore de l'ordre du spéculatif, l'entreprise Befimmo ne cache pas nourrir d'autres projets à proximité de la gare. Un ensemble de 35.000 m² combinant espaces résidentiels et bureaux est ainsi évoqués. La SNCB Holding a parallèlement l'intention de développer un immeuble de 45.000 à 50.000 m² rue du Plan Incliné. La SPI, enfin, travaille à la réhabilitation du Val-Benoît, un site qui comprendra, entre autres, 13.000 m² d'espaces de bureaux.
- **Rive Droite :** depuis la livraison du complexe Media Rives, c'est un peu le calme plat dans ce quartier. Affichant le plus haut taux d'espaces disponibles (6 %), il compte malheureusement peu d'immeubles récents. Annoncé pour la fin 2014, le Centre d'affaires Archipel (8.000 m² détenus par Agoria) y apportera un peu de sang neuf.
- **Sart-Tilman :** le plus grand projet mené sur la zone est la construction du nouveau bâtiment d'EVS (16.000 m²). Lorsque l'entreprise y emménagera (fin 2014), elle libérera les 4.400 m² de ses anciennes infrastructures.
- **Périphérie :** c'est là que se trouvent le plus de bureaux récents (Liege Airport Business Park, l'Orangerie de CMI, Alleu Office Park...) Au cours des 2 prochaines années, l'offre sera alimentée par la livraison du Cristal Park (16.000 m² de bureaux) et le complexe Gastronomica (4.600 m²).



Source : DTZ Research

de bureaux



Pierre Badot, Head of DTZ Wallonie

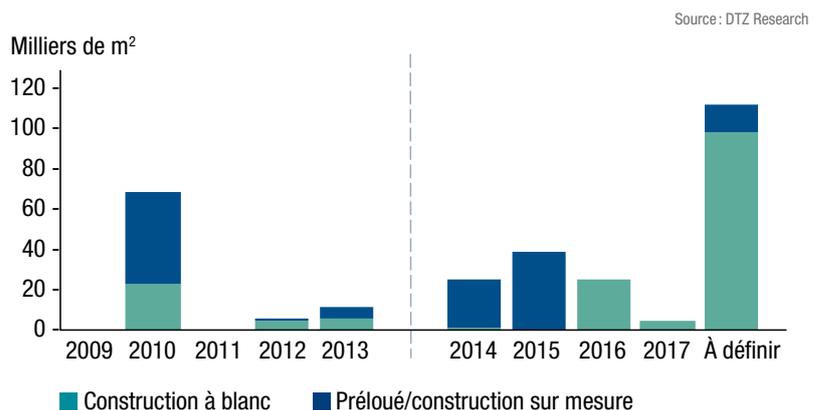


Un visuel du futur projet du Val Benoît, un site qui comprendra, entre autres, 13.000 m² d'espaces de bureaux.

Parallèlement aux projets confirmés, 100.000 m² de nouveaux espaces de bureaux pourraient venir compléter l'offre au-delà de 2017. « Bien qu'ils soient encore de l'ordre du spéculatif, ces chiffres soulignent bien que pouvoirs publics et porteurs de projets ont pris conscience du déficit immobilier existant à Liège. »

La 6^e Réforme de l'État

Au mois de juillet 2014, la 6^e Réforme de l'État entrera vigueur, renforçant le rôle de Liège en tant que pôle économique de Wallonie. Ce renforcement se traduira-t-il par un regroupement d'entreprises, organismes économiques en cité ardente? « Il est en effet envisageable que certaines sociétés ou institutions quittent Bruxelles pour Liège. Le chiffre de 3 à 4.000 postes avait ainsi été évoqué. Mais tant que cette 6^e Réforme n'est pas d'application, tout cela reste difficile à évaluer », conclut Pierre Badot.



CHIFFRES-CLÉS

- ▶ 396.000 m² d'espaces de bureaux à Liège
- ▶ 1,6 % d'espaces disponibles dans les bâtiments de moins de 5 ans
- ▶ 5,25 % d'espaces disponibles dans les bâtiments de plus de 5 ans
- ▶ 100.000 m² de projets en discussion

PLUS D'INFOS :

L'étude complète de DTZ (en anglais) peut être consultée sur le site : www.dtz.com/Belgium



We
work
as one

Konvert Interim **Liège**
T (04) 222 01 09
liege@konvert.be

Konvert Interim **Namur**
T (081) 22 70 96
namur@konvert.be

1964 **50** 2014
konvert

W.M.T. 309 • A. 02559 400 2012 11 20
00229 406 2013 01 16 • V.B. 1459/BU

- Vous cherchez un collaborateur ?
- Vous cherchez une solution pour les périodes de grande activité ?
- Vous cherchez une solution pour les absences temporaires ?
- Vous cherchez des étudiants jobistes ?

**Arrêtez de chercher,
laissez-nous vous
konvertir !**



Offre spéciale séminaire

Une réduction de 5% sur nos forfaits séminaires!

À partir de € 49,50 par personne nous pouvons vous offrir une journée de séminaire comprenant la pause en matinée, en après-midi, le lunch ainsi que la location de salle, le matériel audiovisuel de base et le parking.

La promotion est valable à partir d'un minimum de 10 personnes du 1^{er} juin au 30 septembre 2014.

Un chèque cadeau « Accès au Spa » pour chaque participant!

Libre accès au Hamman, sauna et à l'espace détente.

L'Espace 22 est un centre dédié à la beauté et au bien-être.

La promotion est valable à partir d'un minimum de 10 personnes du 1^{er} juin au 30 septembre 2014.



Pour plus d'informations, notre brochure de séminaires et vos demandes :

Laurent Cimino - Banquet Sales Coordinator
+32 (0)4 228 81 88
banquetsales@ramadaplaza-liege.com

 **RAMADA**
PLAZA

Construire ensemble pour votre avenir



Surfaces commerciales
Halls industriels et logistiques
Garages
Showroom | Carwashes...


ALTEZ
CONSTRUCTION GROUP
A-ZES Industrial Buildings

+32 (0)70 211 102 | Tielt - Meeuwen
www.altez.be | info@altez.be





[b blue]

La première boisson NATURELLEMENT BLEUE

- ▶ Une boisson imaginée par un entrepreneur verviétois
- ▶ Les bienfaits d'une micro-algue: la spiruline
- ▶ Le coca du XXI^e siècle ?

CÉLINE LÉONARD

Depuis plusieurs années, Olivier Malmendier évolue dans le secteur pharmaceutique. Il y a assisté à l'intérêt croissant du grand public pour les compléments alimentaires. « Nous n'en avons jamais autant consommé qu'aujourd'hui, précise-t-il. De ce constat est née l'idée de créer une nouvelle boisson bioactive. »

Un « super aliment »

Comme le souligne Olivier Malmendier, il existe déjà sur le marché quantité de boissons à base d'extraits de plantes ou de fruits. « Celle que je propose affiche toutefois des particularités uniques. Elle sera, tout d'abord, la première boisson à base d'un extrait de spiruline. Peu connue du consommateur, cette micro-algue a pourtant été reconnue par la Conférence des Nations Unies pour l'alimentation comme le meilleur aliment pour le XXI^e siècle ! Sa teneur en protéine est ainsi la plus élevée du règne végétal et animal, devant la viande rouge. Où la trouve-t-on ? Elle se développe initialement dans les eaux de certains lacs et dans des fermes marines. Pour pouvoir l'utiliser, je me suis donc associé à un laboratoire de biotechnologie marine habilité à l'extraire. »

L'or bleu

La spiruline est riche en phycocyanine. « Sous cette appellation un peu complexe se cache une protéine mais surtout le seul colorant bleu alimentaire naturel autorisé en Europe. Une caractéristique lui valant le surnom d'or bleu. En l'intégrant à mon projet, j'ai en fine élaboré la première boisson naturellement bleue. Ce qui lui a valu d'être baptisée b blue. »

Quels bienfaits ?

Études scientifiques à l'appui, Olivier Malmendier l'affirme : les bienfaits conjugués de la spiruline et de la phycocyanine sont nombreux : « La phycocyanine affiche une activité particulièrement détoxifiante et protectrice du foie. Elle présente, en outre, une action antioxydante très puissante. La spiruline contribue à la vitalité



Olivier Malmendier
(créateur de b blue)

Il fallait trouver un goût s'associant dans l'esprit des gens à la couleur bleu.

de l'organisme. Elle participe à l'amélioration de nos performances (physiques et mentales) et permet, notamment, une récupération plus rapide après un effort physique ou intellectuel. »

Pas que pour les sportifs

En raison de ses multiples bienfaits, b blue s'adresse initialement à un public de sportifs et de personnes âgées. « Mais pas seulement ! Bien qu'elle puisse être qualifiée d'énergisante, cette boisson ne contient pas de caféine. Elle ne contient pas davantage de taurine, de colorant ou de conservateur artificiels. Elle peut donc être consommée sans risque par des enfants, des femmes enceintes ou des personnes cardiaques. Enrichie en fructose (ndlr : fourni par la siroperie Meurens), elle s'adresse également aux diabétiques. »

La dernière étape

Après avoir été testée auprès d'un panel de consommateurs, b blue est prête à être commercialisée. « Les étapes auront été nombreuses. Il n'a pas suffi de mélanger de la spiruline à de l'eau pour obtenir le résultat final. Un travail important a, entre autres, été mené au niveau des arômes.

Il fallait trouver un goût s'associant dans l'esprit des gens à la couleur bleu. Nous avons au final opté pour une fraîcheur marine assez inédite. Il a également fallu trouver une entreprise pour la production. Pour des raisons de coûts, notre choix s'est porté vers les Pays-Bas. Dernière étape : mettre en place un réseau de distributeurs. L'idée n'est pas d'intégrer directement la grande distribution mais de faire connaître le produit en le commercialisant, d'abord, dans des lieux fréquentés par un public soucieux de son bien-être (spa, club de sport...) Si la formule prend en Belgique, peut-être pourrions nous projeter au-delà de nos frontières. Pourquoi pas devenir le coca du XXI^e siècle (rire) ? »

L'apport de Cide-Socran

« Avant de se lancer dans un tel projet, il faut le valider d'un point de vue technique, scientifique mais aussi humain. En d'autres termes, une des clés de la réussite de votre projet est liée aux personnes avec lesquelles vous aller vous associer : il faut trouver des partenaires qui croient dans votre idée, des distributeurs qui ont envie de la commercialiser... En m'ouvrant les portes de son réseau, Cide-Socran a mis à ma portée ce facteur humain. »

Cide Socran

Au service des PME wallonnes

Études de marché - plans financiers
- plans d'affaires - levées de fonds -
conseil stratégique - intérim opérationnel
- organisation & management -
transmission d'entreprises

cide-socran.be/clients/tpe-pme/

B BLUE

Rue des Minières n°44
à 4800 Verviers
contact@b-blue.com
www.b-blue.com

En droit, comme dans la vie...



... tout est une question
de point de vue



**PARTAGEONS
NOS POINTS
DE VUE**

04 277 03 37

**Augmenter l'efficacité de la
défense de vos intérêts, c'est
l'engagement de Parallaxe !**

Comprendre votre métier et aborder vos dossiers avec un point de vue différent sont les piliers de notre relation.

Notre relation est aussi animée par :

- ✓ Une stratégie définie ensemble
- ✓ Un budget clair
- ✓ Un compte rendu synthétique des phases de la mission
- ✓ Un contact unique et personnalisé
- ✓ Un bilan qualitatif en fin de mission

Quai Marcellis 13 | BE 4020 Liège | T + 32 4 342 30 66 | F + 32 4 341 01 50
info@parallaxe-avocats.be | www.parallaxe-avocats.be

parallaxe
cabinet d'avocats

PARALLAXE : LE NOUVEAU NOM DE MURAILLE & BODEN

REBRANDING: nouvelle image, nouvel envol?

Le parfum d'un scandale, une fusion, un virage stratégique, le lancement d'une nouvelle activité... : autant de raisons pouvant un jour inciter une entreprise à refondre son image. Loin de s'apparenter à un superficiel relooking, cette opération s'associe, souvent, pour la société concernée à une profonde réflexion sur son identité.

Au-delà de sa dimension stratégique, le rebranding est aussi une histoire de coût. Pour vous aider à ne pas jeter votre argent par les fenêtres, nous vous éclairons sur les erreurs à ne pas commettre en la matière.

Délicat, l'exercice du rebranding laisse peu de place à l'improvisation. Les entreprises rencontrées dans le cadre de ce dossier l'ont mené avec subtilité pour ne pas voir s'effiloche le lien patiemment tissé avec leurs clients et partenaires. Une nouvelle identité devenue, pour certaines, le signe d'un nouvel envol.

CÉLINE LÉONARD

© CathyKeifer



I. Les raisons d'une nouvelle image

Mues par des intérêts marketing et/ou stratégiques, nombre d'entreprises font le choix de revisiter leur image. Quelles sont les principales raisons incitant une société à remanier sa marque commerciale? Nous avons posé la question à Alain Decrop, professeur de marketing et Doyen de la Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion de l'Université de Namur.

► CCIImag' : Quand une entreprise doit-elle envisager de revisiter son image?

A.D.: « Plusieurs cas de figure sont à envisager. Parmi les principaux, citons :

- le **scandale** qui, lorsqu'il touche une marque, peut nécessiter un changement de nom ou de positionnement. L'image est quelque chose de collant. Aussi, après une crise, même si une entreprise multiplie les conférences de presse et opérations de communication, une trace négative peut subsister dans l'esprit du consommateur. Certaines sociétés font donc le choix de se libérer de ce fardeau en optant pour une nouvelle image. Chez nous, le cas s'est notamment présenté avec Dexia rebaptisée Belfius pour mieux oublier la crise.
- Autre cas de figure : les opérations de **fusion ou acquisition**. Pour s'inscrire dans une stratégie de marque ou simplement pour éviter la confusion auprès du grand public, certaines sociétés optent pour une nouvelle identité. Cette transition s'opère souvent en deux temps : le nom de la marque absorbée n'est pas immédiatement supprimé ; il est adjoint à celui de la maison-mère (ex. BNP Paribas Fortis) avant de petit à petit s'effacer. Précisons que ce remaniement n'est pas une obligation. Après une fusion ou acquisition, certaines firmes préfèrent continuer à commercialiser leurs produits sous des marques individuelles (ex. Unilever, Accor, Procter & Gamble...). Cela dépend de la stratégie globale de la maison-mère.
- Une entreprise peut également revisiter son image car son nom ou sa marque n'est plus en **adéquation** avec son public cible. Belgacom en constitue un exemple récent. Souhaitant s'adresser à une clientèle plus jeune et accroître sa présence au Nord du pays, la firme a préféré abandonner un nom faisant trop référence à la "Belgique de papa" pour rassembler tous ses produits sous sa marque Proximus. Une image modernisée, mieux adaptée à une clientèle et un contexte politique en évolution.
- Un rebranding peut aussi être motivé par la volonté d'endiguer une **spirale négative**. On aiguise ainsi la curiosité du consommateur que l'on séduit au travers d'une nouvelle image. On remotive parallèlement les troupes en interne en les mobilisant autour d'un nouveau projet.
- Enfin, une perte de **différenciation** vis-à-vis de la concurrence invite certaines marques à revoir leur image. Une refonte bien pensée pourra conférer un avantage concurrentiel qui s'est effiloché au fil des années. »

« Après une crise, même si une entreprise multiplie les conférences de presse et opérations de communication, une trace négative peut subsister dans l'esprit du consommateur. »



Alain Decrop, professeur de marketing à l'Université de Namur

► CCIImag' : Crise ou scandale : cela exige-t-il nécessairement un changement de nom?

A.D.: « Non, certaines entreprises (Nike, Coca-Cola, Nestlé...) ont préféré miser sur le lien affectif unissant la marque au client. Un attachement construit dans le temps qu'elles ont jugé plus fort que la crise. »

► CCIImag' : Quelles peuvent être les conséquences d'un rebranding raté?

A.D.: « Le danger le plus grand est la perte de confiance et l'éloignement du consommateur qui ne se reconnaît plus dans la marque. Le premier exemple me venant à l'esprit est celui des magasins GB repris par le groupe Carrefour. En Belgique, GB disposait d'une image positive qui se caractérisait par un bel assortiment, un bon rapport qualité-prix, un accueil convivial... Du jour au lendemain, Carrefour a rebaptisé les hypermarchés GB sans afficher de positionnement clair. Le groupe a, à la fois, misé sur la guerre des prix (terrain des hard discounters) tout en voulant maintenir certains services. Le grand public a été désarçonné et a délaissé l'enseigne. Sans doute aurait-il été plus pertinent de continuer à capitaliser sur le nom GB avant de progressivement introduire la nouvelle image. »

► CCIImag' : Lors d'une opération de rebranding, vaut-il toujours mieux procéder par étape?

A.D.: « C'est toujours mieux de ne pas brusquer le client et de ne pas sous-estimer la dimension affective le reliant à la marque. Cela est d'autant plus vrai pour les marques au capital fort dont les clients sont devenus des "ambassadeurs". Plus que les autres, elles doivent se montrer prudentes quand elles touchent à leur image. »

II. Ils ont sauté le pas

ELNEO: COLLER À LA RÉALITÉ DES ACTIVITÉS



Six décennies durant, la société Elneo s'est fait connaître du grand public sous le nom de Technofluid. Une appellation faisant référence au métier premier de la PME liégeoise : le traitement de l'air comprimé. « Mais au fil des ans, nos activités se sont diversifiées et, notamment, étendues au secteur des énergies renouvelables », explique Mathieu Bouhy, Responsable marketing. Le terme "fluid" ne correspondait dès lors plus à la réalité de nos activités. Une certaine confusion régnait par ailleurs autour du nom Technosun, une division de l'entreprise active dans le domaine du photovoltaïque. Par souci de clarté, nous avons donc décidé d'opérer un grand relooking en 2012. » Une année fut nécessaire pour faire émerger la nouvelle image. La firme ayant depuis longtemps pris l'habitude de se montrer à l'écoute de son personnel, elle s'est tout naturellement tournée vers ses collaborateurs pour mener ce projet à bien. « Nous avons lancé un appel à tout le personnel pour constituer une équipe de volontaires. Entourés de deux spécialistes

en communication, nous avons enchaîné les brainstormings avant de soumettre plusieurs noms au vote de l'ensemble des collaborateurs. C'est ainsi que l'appellation Elneo s'est imposée. »

Mathieu Bouhy ne le cache pas, un tel exercice représente un coût non-négligeable pour une PME. « Il faut bien évidemment financer l'agence de communication mais aussi prévoir la transposition de la nouvelle image sur tous les supports de l'entreprise. Nous avons parallèlement organisé deux événements pour communiquer cette nouvelle identité. »

Créée en 1968, l'appellation Technofluid a marqué les esprits en région liégeoise. « Aussi, même si nous y avons renoncé depuis deux ans, certaines personnes continuent à nous appeler sous cette ancienne forme. Cela mis à part, nous sommes heureux de notre opération de rebranding. Elle a donné une image plus claire des activités de l'entreprise et offert une meilleure visibilité à chacun de nos départements. »

ET LA POSTE DEVINT BPOST

En 2009, avec La Poste, c'est une institution qui change de nom. Une manière pour la société de souligner les profonds changements alors rencontrés en interne (au niveau des services, des processus opérationnels, de la culture d'entreprise...) et de refléter le processus de modernisation entrepris quelques années auparavant.

Extrêmement présente auprès du grand public, la firme a judicieusement opéré un rebranding "doux" tant au niveau du nom que du logo. Le nouveau nom, utilisable tant au nord qu'au sud du pays, a ainsi continué à traduire l'activité postale de l'entreprise. Quant au logo, des éléments connus de tous tels la couleur rouge ou le cor postal y ont été maintenus mais sous une forme rajeunie.

Toujours pour ménager le grand public mais aussi pour comprimer les coûts, la nouvelle identité a été introduite graduellement sur les véhicules, les bureaux de poste, les documents et les uniformes.

UNIVERSITÉ DE NAMUR: BIEN PLUS QU'UN CHANGEMENT D'IMAGE

Lors de la rentrée académique 2012, les Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix (FUNDP) renonçaient à leur appellation historique pour se rebaptiser Université de Namur. « Notre nom était devenu handicapant », explique Olivier Hostens, directeur du service communication. Il ne faisait ni référence à Namur, ni au fait que nous étions une université. Une double tare ressentie par de nombreux membres de notre institution appelés à s'exprimer à l'extérieur. Un changement s'imposait donc. Pour ce faire, nous avons constitué une équipe d'une dizaine de personnes toutes liées de près ou de loin à la communication au sein de l'Université. Un panel large... mais pas trop au risque, sinon, de rendre les discussions ingérables. Nous avons également associé une agence de communication aux échanges. Elle n'était toutefois pas présente à chaque étape. Nous dégrossissions d'abord le travail pour lui faire un briefing efficace. Au terme de plusieurs mois de réflexion, nous avons opté pour une appellation basique, sans référence philosophique. Notre tradition jésuite se retrouve néanmoins dans notre nouveau logo sur lequel figure un soleil, emblème des jésuites. »

Près de deux ans après ce remaniement, Olivier Hostens ne cache pas sa satisfaction. « Notre nouvelle appellation a très vite été adoptée en interne – même s'il y avait au départ quelques réfractaires – et par conséquent en externe. » Et le directeur du service communication de conclure : « Bien qu'il exige du temps, un exercice de rebranding est très intéressant à mener. Au-delà de l'aspect purement visuel, il vous force à avoir une réflexion de fond sur votre identité réelle : Qui sommes-nous ? Quelles sont nos valeurs ? Notre tradition ? Une redéfinition de son identité qui fait du bien pour avancer. »



III. Combien coûte un logo?

Beaucoup de gens s'indignent et ne comprennent pas qu'un « simple coup de crayon » puisse se facturer à plusieurs milliers d'euros. Explications par Madeleine Dembour, auteur du livre « Un logo vite! » (EdiPro, 2009)

On estime généralement qu'un logo, avec ses différentes déclinaisons établies dans une mini charte graphique, revient autour de 2.000 € pour une startup. Pour une PME de plusieurs dizaines de collaborateurs, le budget peut atteindre les 5.000 €, et il faut compter plus de 100.000 € pour un grand groupe. Pourquoi ces différences? La principale raison est le fait qu'on considère que le logo rend service chaque fois qu'il est vu par une personne. Donc, plus il est vu, plus il a de valeur... Plus il est vu, plus les enjeux de création et de stratégie marketing sont importants et nécessitent des études, des recherches préalables et des moyens de le protéger, etc.

Les 8 facteurs influençant la facture finale

- 1. La profondeur du travail :** création ou simple évolution d'un logo existant? Vos besoins se limitent-ils à la papeterie classique (cartes de visites, lettres)? Ou avez-vous de multiples points de vente et supports à décliner visuellement (voitures, vêtements etc.)?
- 2. Les frais de structure du graphiste :** le coût horaire du graphiste inclut ses frais d'équipements et d'installation. Les honoraires sont plus élevés pour une grosse agence que pour un indépendant établi à domicile.
- 3. L'exposition, la visibilité de l'entreprise :** être une entreprise fort exposée (par exemple une enseigne de grand magasin) influence les droits d'auteur. En fonction de la visibilité de l'entreprise, ces droits peuvent être supérieurs aux honoraires de création.
- 4. La taille de l'entreprise :** dans une PME, le graphiste dialogue directement avec le dirigeant, la validation peut aller très vite, ce qui n'est pas le cas dans un grand groupe.
- 5. L'expérience du graphiste :** ses années de formation, ses diplômes, ses compétences, sa notoriété etc. ont une incidence sur les honoraires demandés. Et c'est normal.
- 6. La situation géographique :** les prix pratiqués dans les capitales sont plus élevés qu'en province. C'est le cas de Paris ou de Bruxelles, par exemple.
- 7. L'urgence du projet :** le travail sur un logo nécessite du temps. Si vous êtes pressé, le graphiste doit non seulement bousculer sa méthode de travail (il n'a pas le temps de laisser mûrir), mais doit en outre réorganiser son propre agenda. Ça coûte.
- 8. Vos propres compétences :** si le client – vous en l'occurrence – dispose d'un « graphiste maison » qui jongle avec la mise en page et les logiciels graphiques, cela pourra alléger la facture. De plus, un briefing bien préparé en interne facilite la tâche du graphiste et lui fait gagner du temps.

Conclusion: un bon briefing, gain de temps et d'argent

Souvent, quand on décide un changement ou un renouvellement de logo, on voudrait que ce soit fait « pour demain matin ». Mais est-ce vraiment nécessaire? Réfléchissez aux implications, à la communication à faire avant, pendant et après... et n'hésitez pas à fixer un délai raisonnable pour mener à bien l'ensemble du processus. Comptez deux mois pour un travail bien fait.



© oily

Prenez au sérieux l'établissement d'un bon briefing, cela évitera les malentendus et les pertes de temps (donc d'argent) et d'efficacité. Se doter d'un nouveau logo est une chose, les applications qui en découlent en sont une autre. Quand, en 2005, la Poste française appose son nouveau logo dans ses 2.500 bureaux, sur ses 46.000 boîtes aux lettres et ses 56.000 camionnettes, il lui en coûte certes 770 millions €. Mais cela ne signifie pas que le créateur du nouveau logo ait facturé cette somme!

UN INVESTISSEMENT RENTABILISÉ EN 2 ANS

On trouve sur internet des logos gratuits, ou presque. En achetant un logo sur internet, vous vous procurez un simple fichier, souvent délivré à titre non exclusif. Un achat qui s'avère très vite décevant et peu professionnel car vous passez à côté du plus important, à savoir toute la réflexion stratégique qui accompagne un véritable travail de fond sur l'identité visuelle. Un logo doit transmettre un message en phase avec l'identité de l'entreprise, son ADN. Un graphiste professionnel accompagne le logo d'une charte graphique, c'est-à-dire un document qui regroupe l'ensemble des règles d'utilisation du logo. Cette charte graphique confère une cohérence globale et a l'avantage de faire gagner du temps aux différents fournisseurs: imprimeurs, lettrés, service interne...



© www.synthese.be

Voici un exemple d'applications conçues récemment par Synthèse pour le créateur de luminaires Hind Rabii. Un travail donnant une cohérence globale à toute la communication.

IV. Les erreurs à ne pas commettre

Pour un nouveau logo :

- N'opérez pas un changement radical avec l'ancien visuel. La nouvelle image doit souligner une évolution, pas une rupture complète avec le passé et les valeurs de l'entreprise.
- N'adoptez pas un logo trop complexe. Tentées par la volonté de délivrer plusieurs messages ou d'exposer l'ensemble de leurs services, certaines firmes donnent à leur logo des allures de sapin de Noël. Préférez un visuel simple, plus facilement reconnaissable et mémorisable par le consommateur. Une sobriété que l'on retrouvera dans les formes (on évitera d'en utiliser plus de deux), dans les couleurs et les typographies (deux polices d'écriture différentes sont également un maximum). Connus de tous, le célèbre "M" jaune de McDonalds ou la virgule de Nike ne sont-ils pas des modèles de simplicité ?
- Pensez à la lisibilité de loin et de près de votre visuel (par exemple, s'il recense trop de détails, il pourrait ressembler à une tache une fois imprimé en petit format).
- Ne négligez pas le choix de la typographie. Nombre de graphistes s'accordent pour dire que le choix de la police représente 50 % de leur travail créatif. Multipliez les essais pour aboutir à la typographie capable de traduire l'esprit et l'ambiance souhaités.
- Une ampoule pour illustrer la créativité ? Une poignée de main pour le monde des affaires ? Jetez à la poubelle vos premières idées si vous ne voulez pas sombrer dans le logo cliché.
- N'utilisez pas le format bitmap, optez pour du vectoriel. À la différence du bitmap, un logo conçu avec un programme de dessin vectoriel pourra être exploité sur tous types de supports et conservera sa qualité une fois agrandi.



© ramonespell

Pour un nouveau nom :

- N'utilisez pas votre nom de famille, à moins qu'il ne soit porteur de valeur ajoutée pour votre activité ou en cohérence avec elle. Votre patronyme pourrait qui plus est s'avérer pénalisant le jour où vous voudriez revendre votre entreprise.
- N'adoptez pas un nom trop compliqué, imprononçable, trop technique.
- Ne misez pas sur la ressemblance avec un nom déjà existant. Outre le fait qu'elle ne vous permet pas de vous distinguer, cette similarité pourrait vous attirer des ennuis...
- Ne surfez pas sur les mots et appellations "tendance". La mode est par essence éphémère. Si vous avez la volonté d'inscrire votre société dans le temps, préférez un nom plus immuable.

V. Dernière étape : protégez votre nouvelle identité

Votre nom ou votre charte graphique constituent un patrimoine intellectuel à protéger. C'est donc par la protection juridique de votre marque nouvellement créée que doit se clôturer votre processus de rebranding.

La loi définit la marque comme un signe distinguant vos produits et services de ceux de vos concurrents. À ce titre, votre logo et votre dénomination (sociale ou commerciale) constituent des éléments distinctifs pouvant être protégés par le dépôt d'une marque.

Quel intérêt ? En procédant à l'enregistrement de votre marque, vous avez la possibilité d'entreprendre des démarches à l'encontre d'entreprises qui en feraient un usage abusif (peut-être sans mauvaise intention). Enregistrer une marque lui confère, par ailleurs, une valeur marchande vous permettant de la vendre ou de la concéder en licence.

Attention : faire inscrire le nom de votre entreprise auprès de la Banque-Carrefour

des Entreprises n'est pas une protection suffisante. D'une part car elle ne protège en rien votre logo. D'autre part car elle constitue une protection très légère de votre appellation commerciale (tout juste pourrez-vous empêcher l'utilisation d'un nom commercial identique ou quasi-identique au vôtre s'il est utilisé sur votre zone de chalandise et s'il existe un risque de confusion concret).

Vous souhaitez protéger le nom de votre entreprise ou son identité visuelle par une marque ? Vous pouvez soit confier la procédure à un bureau de mandataires en Propriété Intellectuelle ; soit vous enregistrer par vous-même auprès de l'Office Benelux de la propriété intellectuelle (www.boip.int) Une fois la marque déposée, celle-ci est généralement protégée pour une période de 10 ans. Cette protection est renouvelable autant que nécessaire.

« Attention : faire inscrire le nom de votre entreprise auprès de la Banque-Carrefour des Entreprises n'est pas une protection suffisante. »



L'absentéisme, une maladie qui se soigne!

L'absentéisme, outre ses impacts financiers directs :

- Salaire garanti
- Remplacement du collaborateur absent
- Gestion administrative de l'absence et du remplacement

Cache toute une série de coûts indirects :

- Désorganisation du travail et détérioration du climat social
- Perte de productivité
- Déficit d'image

L'OCM, en tant que partenaire RH en gestion de l'absentéisme, peut vous offrir :

- une expérience de plus de 50 ans dans le domaine du **CONTRÔLE MÉDICAL**
- des solutions adaptées à chaque situation, en fonction de vos réels besoins
 - grande entreprise ou PME
 - gestion globale de l'absentéisme ou solution ponctuelle

Rue Libioulle, 4 . 6001 Marcinelle

Tél. : 071 509 810

Fax. : 071 301 676

e-mail : secretariat@controlemedical.be

www.controlemedical.be

Intéressé? Prenez contact avec nous



pour vos clients, votre personnel, vos relations d'affaire, ...

Walibi Belgium, Bellewaerde et Aqualibi sont des références dans le monde des parcs à thèmes. Mais saviez-vous aussi que nous ouvrons également nos portes à vos relations d'affaires? Et quoi de mieux qu'organiser votre prochain événement d'entreprise dans l'un des plus beaux parcs à thèmes du pays? Non seulement nous vous garantissons une très belle journée, mais nous vous accompagnons également dans son organisation!

Vous faire passer une journée inoubliable et fantastique, c'est notre métier.

Découvrez une sélection de possibilités pour votre événement d'affaires:

- Location du parc
- Réunions, cadeaux d'affaires, conférences, ...
- Formules VIP
- Lancement de produit
- Tickets pour vos relations professionnelles et votre personnel

Pour plus d'informations ou une solution sur mesure?
Contactez-nous par events.be@cda-parks.com



« J'ai mal à l'entreprise: des remèdes, Docteur? »

On définit les risques psychosociaux au travail comme la « probabilité qu'un ou plusieurs travailleurs subissent un dommage psychique qui peut s'accompagner d'un dommage physique, suite à l'exposition à des composantes de l'organisation du travail, du contenu du travail, des conditions de travail, des conditions de vie au travail et des relations interpersonnelles au travail, sur lesquels l'employeur a un impact et qui comportent objectivement un danger ».

Une définition interminable, mais complète, mettant en relief la complexité de la problématique des « RPS » en entreprise. Généralement, les troubles psycho-sociaux aux manifestations multiples reflètent, au travers du sujet touché, un climat délétère au sein d'un service, d'une entreprise. Quels maux affectent nos salariés... et notre entreprise, par voie de conséquence? Des remèdes, docteur? Prenez-en conscience/ connaissance dans notre dossier de ce mois...

STÉPHANIE HEFFINCK

© alphaspirit





Une approche individualisée : la solution pour gérer les fins de carrière dans les PME

Gérer les fins de carrière dans une petite entreprise est tout à fait possible. SD Worx, premier secrétariat social en Belgique, propose aux PME une approche individualisée qui rencontre les besoins de chacun.



« À l'égard des collaborateurs âgés, il subsiste souvent des préjugés, commence François Lombard, consultant en ressources humaines chez SD Worx. Ils coûtent cher à l'entreprise, sont plus souvent absents, ne veulent plus être formés et ne sont plus motivés. Il faut combattre ces préjugés ! Que ces collaborateurs soient mieux payés est lié à leur ancienneté, mais aussi à leurs compétences. S'ils sont plus souvent

absents dans la durée, ils le sont moins dans la fréquence. Quant aux formations, l'employeur les destine d'abord aux plus jeunes collaborateurs. Enfin, la motivation des anciens est toujours bien présente. C'est important de ne pas se focaliser sur un contexte collectif de générations, mais de tenir compte d'une gestion individuelle. »

Les besoins des travailleurs varient selon l'âge. « Un jeune ne sera pas intéressé par un plan pension, il veut du cash pour profiter de ses temps libres. Entre 30 et 45 ans, un collaborateur a souvent une famille et sera très intéressé par des jours de congé en plus. Un travailleur de plus de 45 ans sera intéressé par un bonus transféré sur son plan pension. Peut-être a-t-il aussi envie de faire un pas de côté ? Sans que ce soit considéré comme un retour en arrière, mais faire autre chose différemment. »

Entretien de fin de carrière

Pour les travailleurs plus âgés, SD Worx propose d'agir à différents niveaux. « Il y a d'abord l'aspect culture et leadership. Il est important de sensibiliser les managers à diriger davantage avec la confiance et moins avec la notion de contrôle. Les trois grandes règles du Nouveau Monde du Travail sont de travailler sur la confiance, sur les points forts du collaborateur et sur la collaboration. Il est important aussi de stimuler l'initiative des collaborateurs. Nous proposons l'entretien de fin de carrière. Ainsi, dans le programme de gestion des ressources humaines pour le personnel de SD Worx, un entretien de fin de carrière est proposé aux collaborateurs de plus de 50 ans. Mais c'est à eux de demander cet entretien. Nous donnons aux collaborateurs la possibilité de prendre l'initiative. Un outil permet de préparer cet entretien. C'est important pour les plus de 55 ans d'avoir

cet entretien de carrière. Son objectif essentiel est de voir quels sont les besoins du collaborateur, tout en tenant compte évidemment des besoins de l'organisation. Qu'attend encore le collaborateur de l'organisation ? Ou a-t-il envie de vouloir encore se développer ? Ou à l'inverse, serait-il prêt à faire un pas de côté ? De travailler moins à une fonction moins importante et de gagner moins ? »

Adapter la rémunération selon les besoins

S'il est évidemment possible de recruter une personne de 55 ans, pourquoi n'est-ce pas fréquent ? « Si l'image que donne la société est celle d'une société jeune, elle ne va pas attirer un candidat plus âgé. Les gens qui ont l'expertise ont souvent plus d'années au compteur et il faut aller les chercher. » Au plan de la rémunération, les besoins ne sont pas les mêmes. « Il faut adapter la rémunération de manière individualisée, pour autant que cela reste une opération neutre pour l'entreprise. Nous voulons permettre à chaque travailleur d'utiliser sa rémunération brute pour des projets qui lui tiennent à cœur. Pourquoi ne pas utiliser les warrants pour augmenter le plan pension ? Ou bien, proposer une voiture de société plus petite, ce qui serait compensé par des avantages comme des plans de formation ou un montant pour le plan pension, par exemple. Les employeurs ont tout intérêt à se montrer créatifs et travailler selon les besoins du travailleur. À partir de là, toutes les combinaisons sont possibles. »

Prévoir les successions

À chaque génération, les moins de 30 ans, les 30 – 45 ans et les 45 ans et plus, les mêmes critères d'intérêt reviennent, mais pas dans le même ordre. « Chez les moins de 30 ans, le plus important est la fonction, suivie des possibilités de développement et de la reconnaissance. Chez ceux de la génération X, la reconnaissance vient en deuxième position. Idem chez les baby-boomers. Donner un rôle d'expert et de transfert de compétences aux plus âgés est valorisant. Chez SD Worx, pour les PME, nous avons des tableaux avec la pyramide des âges. On voit que, dans un délai d'autant d'années, tels et tels collaborateurs partiront à la pension. Il est important pour l'entreprise de prévoir à moyen terme qui peut leur succéder. » Une approche individualisée de gestion de la fin de carrière reste la solution, pour la pérennité de l'entreprise aussi.

Bureaux régionaux SD Worx :

- ▶ Hainaut : Place Rucloux 4 - 6000 Charleroi - 071 90 61 00
- ▶ Liège : Quai des Vennes 16 - Parc d'affaires Zénobe Gramme - 4020 Liège - 04 274 38 00
- ▶ Brabant-Wallon / Namur : 5 Fond Cattelain - 1435 Mont-Saint-Guibert - 010 75 31 00

www.sdworx.be

RPS (Risques psychosociaux): des origines multifactorielles

RPS: 5 origines

Les troubles psycho-sociaux sont **d'origines multifactorielles**, souvent malaisées à identifier, qui se chevauchent et sont fréquemment conçues comme dégradantes par leurs victimes. Des détonateurs de la vie privée s'y mêlent parfois.

Ils se traduisent par des symptômes variés, psychologiquement et physiquement : angoisse, dépression, hypertension, douleurs d'estomac, etc. Il en va de la responsabilité de **l'employeur** de les débusquer. Et de son intérêt car il **payera toujours les pots cassés, tant au niveau de la baisse de productivité des salariés que de l'absentéisme...**

Tous **les risques sont intriqués les uns dans les autres** et une analyse partielle ne peut qu'être bancal. Un risque physique - atmosphère très bruyante pouvant endommager l'ouïe, environnement glacial propice aux bronchites - se double, par exemple d'un risque psychique de stress.

RPS: LES 5 ORIGINES

- organisation du travail : style de management, répartition des tâches...
- contenu du travail
- conditions de travail : possibilités d'apprentissage, types de contrats et d'horaires...
- conditions de vie au travail : aménagement des lieux de travail, équipement, bruit, éclairage...
- relations interpersonnelles au travail

Nouvelle législation relative aux RPS

Une **nouvelle législation relative aux RPS au travail** entrera en **vigueur, dès le 1^{er} septembre 2014**. Voici les modifications qui y ont été introduites :

- Les « risques psycho-sociaux au travail » y sont définis de façon plus complète ; ils sont inclus dans l'analyse générale des risques et ne se limitent **plus uniquement à la violence et au harcèlement moral et sexuel**.
- Le statut de la **personne de confiance** est précisé : cette dernière, salariée de l'entreprise, aura suivi une formation de minimum 5 jours ; elle pourra être saisie par un travailleur estimant qu'il a subi un dommage, suite à des RPS
- La prévention des risques psycho-sociaux au niveau collectif y est encouragée
- Des **nouvelles procédures** :
 - intervention psychosociale informelle : recherche, par cette voie, d'une solution pour le travailleur, avec la « personne de confiance » ou le « conseiller en prévention aspects psychosociaux » épaulant le chef d'entreprise.
 - intervention psycho-sociale formelle : le « conseiller en prévention aspects psycho-sociaux » analyse les risques de la situation du travailleur, suite à la demande écrite que le travailleur aura remise à son employeur. Les RPS demeurant ou l'employeur s'abstenant de prendre les mesures nécessaires, le conseiller ou le travailleur peuvent saisir l'Inspection du travail.
 - la possibilité d'indemnité forfaitaire : en réparation des dommages causés suite à la violence, le harcèlement moral ou sexuel au travail, le travailleur peut demander au Tribunal de Travail une indemnité forfaitaire.

ABSENTÉISME: agir pour une réintégration rapide et optimale

Explosion des absences de longue durée

Aujourd'hui, à en croire les données collectées par Securex (www.securex.be), 6 travailleurs sur 100, quotidiennement, ne se présenteraient pas au travail.

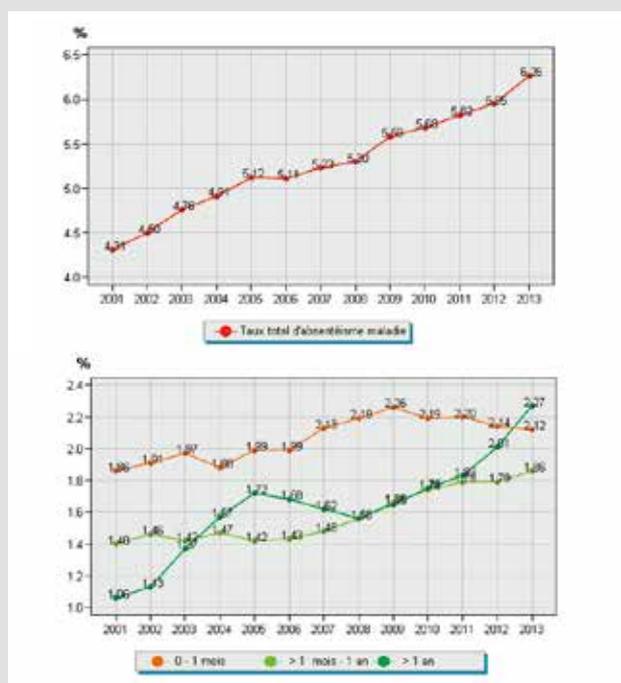
D'après les chiffres de la dernière enquête du Secrétariat social*, la hausse de l'absentéisme de longue durée (+ d'1 an), plus particulièrement, a même littéralement explosé ! Jugez-en : + 5 % en 2011, + 10 % en 2012 et + 12 % en 2013 !

Pointés du doigt : le **vieillissement croissant et le stress au travail**.

Plus d'un travailleur sur 4 souffrirait de ce dernier qui, par tous les problèmes collatéraux qu'il génère, serait du reste la cause de plus d'1/3 des jours d'absence pour maladie en 2013.

La note est salée pour les employeurs belges : 10,6 milliards d'euros l'an passé...

* basée sur les données de l'absentéisme enregistrées par plus de 25.000 employeurs pour 260.000 travailleurs.



Source : Securex

TAUX D'ABSENCE RESPECTIFS PAR GROUPES À RISQUE

	ABSENCE LONGUE DURÉE	ABSENCE DURÉE MOYENNE
60-64 ans	15,89 %	2,90 %
+ 20 ans d'ancienneté	8,15 %	2,31 %
Ouvriers	3,43 %	2,67 %
Travailleurs à temps partiel	2,80 %	2,54 %
Femmes	2,69 %	2,34 %
Grandes entreprises (plus de 1000 travailleurs)	4,32 %	3,04 %
Provinces	Hainaut : 3,29 % Liège : 3,22 % Limbourg : 2,48 %	2,32 % 2,27 % 1,99 %

Source : Secorex

Réintégration des travailleurs absents pour une longue durée

Face au constat alarmant dressé dans l'étude précitée, il apparaît indispensable, pour les employeurs, de **développer/renforcer leur politique de réintégration des travailleurs absents de longue durée**. Idéalement, ces derniers seront donc accompagnés avant, pendant et après la reprise du travail.

À noter : seuls 20 % des travailleurs absents depuis plus d'un an réintégreront leur société d'origine. Un pourcentage qui démontre l'importance de ne pas couper le contact avec le travailleur malade.

Car, même si cela doit être envisagé au cas par cas, l'absence de longue durée ne favorise pas la convalescence ; le tabagisme excessif ou l'alcoolisme guettent plus particulièrement des cibles vulnérables. L'image de soi est aussi affectée. Et tout un cortège de facteurs psychologiques périphériques bloquent le retour au travail.

D'autre part, en se plaçant du côté de l'entreprise, mener cette politique s'avère beaucoup moins coûteux que de recruter et former une autre personne pour un poste donné.

Les entretiens de reprise



F. Lombard, Consultant RH

Juriste diplômé de l'UCL, François Lombard est Consultant RH chez SD-Worx (www.sdworx.be). Selon lui, **tout travailleur réintégrant son poste après une absence pour maladie, doit être vu en entretien**. Un **simple entretien informel**, après les 2 premières absences et un **entretien de « réintégration »**, pour 2 semaines consécutives d'absence. Après 3 périodes d'absence, sur un laps de temps déterminé, **l'entretien d'absentéisme sondera la motivation du travailleur** : pourquoi ces défections et comment résoudre la problématique dans une approche « win-win »...

« Mais une politique d'entretiens de retour de maladie dépend aussi de la culture de l'entreprise » souligne François Lombard.

Réussir un processus de réintégration du travailleur

- un contact compréhensif maintenu durant l'absence
- une prise en charge précoce
- un accompagnement pendant et après la reprise
- un interlocuteur interne ou externe pour coordonner la démarche
- une adaptation du poste/environnement de travail
- des formations sur les changements intervenus durant l'absence

« L'entretien d'absentéisme sondera la motivation des travailleurs. »

CONTENU/CARACTÉRISTIQUES DES ENTRETIENS (AU CAS PAR CAS)

- orientés sur le bien-être du collaborateur
- focalisés sur la connaissance de ses desiderata
- menés par le responsable hiérarchique direct
- avec la personne qui a assuré le remplacement
- avec, éventuellement, un collaborateur RH
- information préalable de la délégation syndicale sur l'existence de ces entretiens et leur orientation constructive.
- toujours tournés vers le futur et en aucun cas répressifs
- une opportunité de revoir les procédures avec le collaborateur
- une communication claire et transparente avec ce dernier
- intégrés dans une procédure bien établie concernant l'ensemble des effectifs
- une bonne préparation du manager : ce dernier aura rassemblé les informations, réfléchi aux sujets à aborder et se sera muni des outils de com' pour mener à bien l'entretien.

GERER LE STRESS EN ENTREPRISE : le rôle clé du management

Jean-Luc Dupont et Françoise Platiau ont fondé « Métamorphoses » (www.metamorphoses.be), en 1997. Au cœur de leur travail : le développement des ressources de chacun, en vue d'un gain en performance et en épanouissement.

Leurs missions prennent la forme de teambuilding, coaching, formations. Parmi les sujets dont ils traitent, le burn-out et le stress occupent une large place...

► **CCI mag' : « Parler de stress en entreprise, c'est toujours tabou » ?**

JLD : « La problématique, ces dernières années, a pris de l'ampleur. Je pose simplement ce constat : beaucoup plus d'entreprises qu'avant réagissent en faisant la démarche de former leur personnel à la gestion du stress ».

« Les 5 ingrédients clés de la prévention du stress en entreprise par le manager : écouter, adapter son style de management, reconnaître la diversité des collaborateurs, les valoriser, identifier les priorités. »

► **CCI mag' : « Vous ne jetez pas la pierre à l'entreprise » ?**

JLD : « Comment pourrais-je me permettre un jugement à une époque où, pour survivre et parvenir à maintenir une activité dans nos pays, elles sont tenues d'augmenter les exigences et de demander plus de productivité. Rares sont les secteurs dans lesquels les entreprises ont une situation confortable, aujourd'hui ! Alors, oui, c'est l'une des grandes causes du stress des travailleurs ».

► **CCI mag' : « Pourriez-vous développer et fournir à l'attention de notre lectorat d'entrepreneurs quelques points d'attention et pistes pour la gestion de ce stress ? »**

JLD : « En identifiant quelques causes, des pistes et leviers d'actions en découleront tout naturellement. Tout d'abord, je pointerais le déficit de « priorisation ». On a tendance à ne plus se poser la question de ce qui est fondamental, en entreprise. Dans un système de délégation en cascade, cette notion se perd d'autant plus et les personnes ne parviennent plus à effectuer leur boulot de base. Donc, ce n'est pas nécessairement la charge de travail qui angoisse les employés, mais le sentiment d'être éparpillés, dispersés. Avec, au final, une insatisfaction énorme de ne pas voir les fruits de leurs efforts, sans être en mesure de changer la situation. Autre générateur de stress : l'absence de reconnaissance et de pauses pour mettre l'accent sur ce qui a été bien fait, plutôt que de ne se centrer que sur l'insuccès. L'entreprise doit réapprendre à « célébrer ». « Bravo, super, tu as magnifiquement traité ce dossier. »

Troisième phénomène souvent perceptible : des dirigeants eux-mêmes en proie au stress et qui le font « descendre » sur l'ensemble des effectifs. Ils doivent apprendre à prendre conscience de l'origine de ce sentiment, puis parvenir à relativiser et se décontracter pour le bien commun.



JL. Dupont (Métamorphoses)



F. Platiau (Métamorphoses)

► **CCI mag' : « Un style de leadership adapté à chacun des collaborateurs, c'est une piste réaliste ? »**

JLD : « En tous cas, dans le domaine sportif, les entraîneurs qui comprennent TOUS leurs joueurs enregistrent de meilleurs résultats ! Le manager doit gérer chaque collaborateur en fonction de ses spécificités : il y a ceux qui, pour bien travailler, ont besoin d'autonomie, d'autres, de structure, d'autres, d'un environnement relax, etc. Le dialogue est très important et il passe d'abord par l'écoute ! »

► **CCI mag' : « Vous dites du stress que c'est un cadeau de la nature. Plaisanterie ou provocation ? »**

JLD : « Le stress est un cadeau de la nature ! Quand nous sommes sous stress, 3 modes de fonctionnement primitifs peuvent se présenter : la fuite, l'attaque ou l'inhibition. À une lointaine époque où le danger guettait partout, ces réflexes étaient salvateurs. Mais tout s'est tellement accéléré, surtout depuis la révolution industrielle et ni le cerveau ni le métabolisme n'ont eu le temps de s'adapter. Ce type de réactions précitées n'est plus approprié ! Et, sous stress, il y a plus de risques de mauvaise interprétation des messages de ses collègues/supérieurs hiérarchiques ! »

► **CCI mag' : « Une conclusion ? »**

JLD : « Quand l'exemple vient du top management, les possibilités d'évolution sont extraordinaires. Ce sont des équipes qui viennent en formation chez nous. Rarement le manager. Or, c'est par lui qu'il faudrait commencer pour donner pleinement du sens à la démarche et obtenir un effet d'entraînement ».

FP : « Les managers ne prennent plus le temps d'être à l'écoute. Une tendance se dégage aux États-Unis, dans certaines sociétés : « Apprenez à arrêter ! » y engage-t-on. Le tout étant de trouver le juste milieu... »

Les premiers pas en tant qu'entrepreneur,
c'est pas toujours facile.



Starters et indépendants : évoluez avec Securex

Securex est à vos côtés tout au long de votre parcours d'entrepreneur. Nous vous proposons un **accompagnement professionnel** pour vous faire évoluer et faire de votre entreprise un véritable succès ! **Accompagnement** pour Starters (Starter Coach), Recherches de **Subsides**, Formalités de lancement (**Guichets d'Entreprises**), Statut Social (**Caisse d'Assurances Sociales**), Gestion du personnel et des salaires (**Secrétariat social**), **Assurances** obligatoires, etc. **Bref, tous les services dont un entrepreneur indépendant a besoin...** sous un même toit!

www.securex.be/starters

Le Guichet d'Entreprises Securex, un coach à vos côtés.

 Je lance ma boîte



securex
human capital matters

BURN-OUT: quand la digue cède...

La spirale diabolique

Le « burn-out » affecte sournoisement les profils de battants, ceux qui sont à 100 % dans l'action, constamment et passent donc à côté des signaux que leur corps leur envoie.

Ce n'est pas du jour au lendemain que vous « tomberez en burn out ». Non. **La spirale s'amorce tout doucement.** Soumis à une constante pression, vous êtes parvenu à la supporter depuis des années. Très consciencieux, partant du principe que « tout ce qui est à faire doit être fait », vous vous enlisez néanmoins progressivement. Vous ramenez systématiquement du travail à abattre après le souper, vous vous privez de sorties, en bref, vous vous laissez totalement absorber par les tâches professionnelles. Que diable ! Vous en avez toujours relevé, des défis ! Ils se multiplient et vous êtes perfectionniste ? Et bien, vous avez une image d'employé modèle à défendre, à vos yeux et vis-à-vis de vos collègues. Si ce n'est que... vous voici de plus en plus débordé, frustré, irritable. Vous multipliez les erreurs. Vous vous énervez sur vos collègues, ce qui n'était pas votre habitude. Vous ne parvenez plus à vous concentrer. Les contractures musculaires vous laissent pantelant comme un sportif après un effort intensif. Voilà : votre corps vient de vous intimer un STOP sans appel. Vous fondez en larmes, vous ne parvenez plus à reprendre le volant de votre voiture à la sortie du bureau. Vous avez trop tardé, mais vous devez reprendre le contrôle après cette sortie de route. Cela prendra des mois - « *Un an, c'est en général le tarif minimal* » -, observe Jean-Luc Dupont. Et vous n'y parviendrez pas seul.

Les symptômes

La personne en burn-out présente des symptômes que l'on peut regrouper en 3 catégories :

- **physiques** (troubles du sommeil, diminution de l'énergie, fatigue profonde...)
- **cognitifs et affectifs** (anxiété, diminution de la motivation, de la concentration, de l'estime de soi, de la mémoire, des sentiments de contrôle et de compétence, frustration, irritabilité, humeur dépressive...)
- **comportementaux** (tendance à s'isoler, agressivité...)

Les pistes de recommandations pour l'entreprise

En 2012-2013, une recherche sur le « **Burn-out en Belgique** » a été menée conjointement par l'ULg, Cites, clinique du Stress, l'Université de Gand et Arista, commanditée par le SPF Emploi et soutenue également par le Fonds social européen. Son objectif était, d'une part, de mettre au point un outil de détection précoce du burn-out et, d'autre part, d'indiquer quelques pistes de recommandation. Ces bonnes pratiques touchent autant à la sensibilisation qu'à la prévention primaire (prévenir l'apparition du burn-out), secondaire (prise en charge durant le burn-out) et tertiaire (retour au travail) du phénomène.

PISTES DE RECOMMANDATIONS

SENSIBILISATION	<ul style="list-style-type: none"> • Partenaires sociaux (problèmes existant dans l'entreprise en matière de burn-out et moyens de sensibilisation du management) • Responsables hiérarchiques (coûts liés au burn-out, répercussions lorsqu'on néglige le bien-être au travail de ses effectifs) • Travailleurs, par la médecine du travail • Tous : signes avant-coureurs du burn-out...
PRÉVENTION PRIMAIRE	<ul style="list-style-type: none"> • Enquête sur les aspects psycho-sociaux problématiques en interne (via questionnaires, entretiens + moyens d'actions ciblés en découlant) • Amélioration de la formation des managers en matière de bien-être au travail • Mise en place d'un groupe de parole dans l'entreprise • Amélioration de la communication et de la collaboration entre professionnels de la santé (généraliste, psychologue, médecin du travail) pour une meilleure prise en charge de la personne
PRÉVENTION SECONDAIRE (prise en charge de la personne en burn-out)	<ul style="list-style-type: none"> • Cellule sociale en interne : pour le suivi de la personne en burn-out ; pour maintenir le contact... • Groupe de soutien composé de pairs, collègues, personnes de la famille ayant été confrontés à la problématique
PRÉVENTION TERTIAIRE (retour au travail)	<ul style="list-style-type: none"> • Réflexion sur les moyens de redonner du sens au travail et construction du nouveau projet professionnel de la personne, avec elle. • Soutien individuel et accompagnement de la personne (identifier ce qu'elle peut/veut encore faire). • Préparation de la reprise avec la personne en burn-out et divers intervenants comme le médecin, responsable RH, etc. afin de réfléchir aux moyens d'améliorer les conditions de travail : aménagement des horaires ? Changement de poste ? Etc. • Réflexion sur les moyens de donner du temps à la personne afin qu'elle puisse progressivement remettre le pied à l'étrier.

SURPRÉSENTÉISME: trop fidèles au poste

Pourquoi ils ne « décrochent » pas...

Toujours fidèles au poste... Ces petites fourmis laborieuses s'acharnent, entre deux quintes de toux, le cou entouré d'une grosse écharpe, la tête broyée dans l'étau de la migraine. Malgré un état de santé nécessitant un arrêt maladie, ils bossent.

Les « surprésentéistes » ne sont pas stigmatisés comme les « absents »... Mais, à force de tirer sur la corde, ils la feront céder à un moment ou à un autre.

Paradoxalement ou en toute logique, surprésentéisme et absentéisme sont, de fait, liés. Mais les effets néfastes du premier sont fort rarement pointés, les employeurs semblant ne s'en inquiéter que lors d'épidémies. On se souvient de la pandémie de grippe A (H1N1) et des recommandations à l'encontre des personnes atteintes, vivement invitées à rester cloîtrées chez elles. Il n'aurait pas fallu qu'elles décimassent par ricochet la moitié de l'effectif de l'entreprise !

Au détriment de leur santé physique et mentale, ces travailleurs s'accrochent donc à leur poste comme des naufragés à un radeau de fortune. C'est que, précisément, ils craignent la houle : en période de crise, de chômage important, ils n'osent rien lâcher. Symptomatique : en Espagne, le taux d'absentéisme a atteint un niveau anormalement bas...

« Surprésence et forte exigence au travail, quand elles s'additionnent, accroissent les risques de burn-out: un épuisement général psychique, émotionnel, mental. »

(D. Monneuse)

LES CAUSES DU SURPRÉSENTÉISME

- des pathologies difficilement avouables, difficilement reconnues, trop récurrentes (migraines, dépressions, fibromyalgie, problèmes digestifs, allergies).
- le déni de la maladie
- le travail vu comme un exutoire pour oublier sa maladie
- la conjoncture économique
- une pression financière... si l'arrêt de travail entraîne une perte pécuniaire (primes...)
- la précarité de l'emploi : les surprésentéistes se comptent plus nombreux chez les personnes en CDD espérant un CDI, intérimaires, etc.
- les conséquences sur la carrière (promotion)
- la charge de travail du moment/la surcharge au retour de congé!
- la crainte d'être remplacé
- l'impression d'être indispensable
- la peur d'une stigmatisation, l'image de marque
- ...



© JPC-PROD

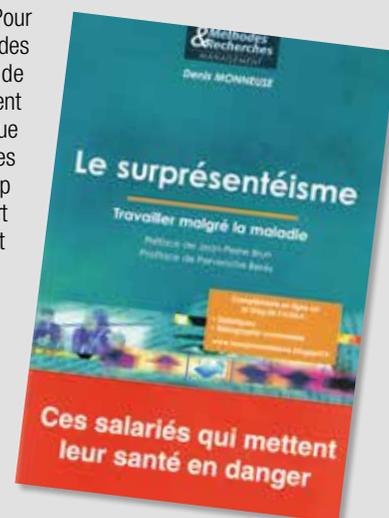
Des salariés qui tiennent le coup parfois à grand renfort de médicaments!...

Un phénomène peu visible... ou peu mis en lumière

Face à cette problématique, les DRH semblent frappés de cécité. Ne seraient-ils pas conscients de l'ampleur de la situation ? À leur décharge, alors que les études chiffrées de l'absentéisme se multiplient, les statistiques snobent plus couramment le surprésentéisme.

La fondation de Dublin a néanmoins réalisé une enquête européenne sur les conditions de travail, en 2010, estimant à 40 % la moyenne du continent. Denis Monneuse* va plus loin : « Dans l'année, considère-t-il, une personne prêterait environ 10 jours de « surprésentéisme ». Pour expliquer le relatif immobilisme des DRH, il avance leurs craintes de réactions syndicales qui saisiraient la balle au bond en affirmant que l'entreprise fait pression sur ses travailleurs. Et celle de voir trop augmenter l'absentéisme ! À court terme, l'entreprise préfère, il est vrai, compter sur une personne dont la rentabilité n'est pas à 100 %... que de ne plus bénéficier de son travail pour des arrêts maladie.

* « Le surprésentéisme - Travailler malgré la maladie - Ed. de boeck -120 p. »



BORE-OUT: l'ennui, cet ennemi

Trop de travail, ça épuise; trop peu, ça mine!

En Anglais, « to bore » signifie « s'ennuyer ». Qu'ils ne puissent déployer toutes leurs compétences, assommés de tâches peu valorisantes, remplissent leurs journées à jouer sur internet et multiplient les pauses-café ou pauses-cigarette pour s'occuper... ils seraient 15 % en « bore-out ». C'est le constat tiré par Peter Werder et Philippe Rothlin, dans « Diagnostic bore-out ».

Leur frustration exacerbée au fur et à mesure du temps qui passe... à le regarder passer, ces travailleurs manifesteront les mêmes symptômes que les personnes en burn-out. Avec une charge de travail hyper légère, ils seront donc fatigués ! Irritables, également et parfois apathiques.

Pris dans un cercle vicieux, ils n'osent souvent pas avouer à leur supérieur hiérarchique qu'ils se tournent les pouces, alors que ce dernier n'en a pas toujours pleinement conscience.

Des collègues, dans leur service, se sont réservés les pièces nobles et ne leur ont laissé que les bas morceaux. Ils rongent leur os dans leur coin, sombrement, entretenant une estime de soi en berne.

Leur productivité chute, ils s'absentent, ils sont prêts à tout pour quitter leur employeur ou, amorphes, se sont enlisés dans une procrastination « suicidaire ».

De crainte de perdre leur emploi, ils donnent l'apparence d'employés fort occupés, derrière leurs montagnes de papier...

Les remèdes

1. En prendre conscience, en premier lieu, en calculant le pourcentage de temps passé à des tâches privées, par exemple.
2. Demander un changement de service, si votre ennui est chronique
3. Venir en appui, à temps partiel, à des services surchargés
4. Adapter son rythme de travail à sa charge, si possible. Opérer ses tâches moins rapidement en profitant du luxe de pouvoir effectuer plusieurs vérifications
5. Redéfinir le sens de ses tâches pour les aborder sous un autre angle, plus stratégique... apporter de la valeur ajoutée
6. Demander plus de responsabilités à ses supérieurs, si c'est envisageable
7. Ranger ses dossiers, éliminer les documents qui ne sont plus nécessaires, remettre de l'ordre de fond en comble...
8. Se former : par soi-même, sur Internet ou demander une formation à l'extérieur ; de la sorte, pas de temps « perdu » !
9. Entamer une nouvelle activité, hors bureau ; se lancer des défis autres que professionnels... pour soigner son estime de soi, trouver un épanouissement plus large dans sa vie privée. Une manière de « tenir le coup » plus longuement.
10. Demander une réduction de son temps de travail, tenter de trouver un boulot complémentaire
11. Quitter son emploi : si la situation est vraiment persistante, étouffante, insupportable

CONCLUSION

Le salaire, l'ambiance et les bonnes conditions de travail, l'autonomie, la flexibilité, la... reconnaissance ! On pourrait aligner sans fin les critères de motivation des salariés. Parmi ceux-ci, la possibilité de formations pratiques, interactives. Y inscrire son travailleur, c'est non seulement lui offrir une corde supplémentaire à son arc, mais aussi lui prouver sa confiance en ses compétences. « *J'investis en toi, je crois en toi, je sais que tu peux encore évoluer, même si tu es au sein de ma société depuis une décennie !* ».

Des initiatives sympathiques comme celle de Marie Vandenberghe (Qualitytraining - www.qualitytraining.be) suggèrent de combiner formation et moment de détente pour rapprocher les employés : le matin, on bosse, l'après-midi, on se fait un petit tennis dans un cadre agréable. Après cela, nul doute qu'ils n'entonnent en chœur le « Happy » de Pharrell Williams. Et se rassoient face à l'ordi le sourire aux lèvres et l'ardeur au travail décuplée.

POUR ALLER PLUS LOIN :

- www.sesentirbienautravail.be
- www.respectautravail.be
- www.emploibelgique.be
- Le Burn-out des quinquas (JE Vanderheyden) - Ed. de Boeck - « Comment traiter le burn-out » (M. Delbrouck) - Ed. de Boeck
- Guide pour la prévention des risques psycho-sociaux au travail - Cellule Publications du SPF Emploi



[Jean-Marie Becker]

Des camions plus grands POUR DÉSENCOMBRER LES

Jean-Marie Becker, administrateur délégué du pôle Logistics in Wallonia (LIW) est interviewé par CCIImag'.

ALAIN BRAIBANT

► **CCIImag' : Comme tous les autres pôles de compétitivité du plan Marshall, Logistics in Wallonia joue surtout un rôle d'animateur ?**

J-M B. : « Exactement ! LIW est un des 6 pôles de reconversion mis en place par le gouvernement wallon. Notre rôle est de réunir tous les acteurs du secteur du transport et de la logistique, de créer des partenariats et de susciter et encourager l'innovation afin d'améliorer et de développer cette activité essentielle pour la Wallonie. Avec une équipe de 10 personnes, le pôle dispose d'une réelle expertise et nous sommes systématiquement consultés quand quelque chose se passe ou risque de se passer dans le domaine. Par exemple, pour les voies fluviales, il faut créer des plateformes multimodales où les transbordements peuvent s'opérer avec le chemin de fer et la route. Il faut choisir les bons endroits qui offriront les facilités d'accès et une concentration d'activités économiques suffisante. »

Le trilogiport, enfin

► **CCIImag' : A ce sujet, en région liégeoise, l'implantation du trilogiport à Hermalle-sous-Argenteau, sur le canal Albert, ne s'est pas faite sans difficulté...**

J-M B. : « Non mais à présent, on arrive à la phase finale. En octobre prochain, l'infrastructure routière et la plateforme multimodale de chargement-déchargement sera terminée et en octobre 2015, le nouveau pont, qui permettra au charroi d'éviter la traversée des zones habitées, sera opérationnel. Outre le terminal conteneurs, l'exploitation pourra alors vraiment commencer, sur 40 des 100 ha du site, avec deux opérateurs importants, Warehouse Depauw et CETIM-Deutsches Lagerhaus. Les travaux d'aménagement de l'écluse de Lanaye devraient se clôturer au même moment et

Liège deviendra alors en quelque sorte un avant port de Rotterdam et surtout d'Anvers. C'est dans ce but que le port d'Anvers, la SPI et la province de Liège ont créé un GIE, un groupement d'intérêt économique. À terme, le projet du trilogiport représente la création de 2000 emplois. »

Développement de la voie d'eau en Hainaut

► **CCIImag' : Toujours en matière fluviale, les projets ne manquent pas...**

J-M B. : « D'une façon générale, le secteur est en forte croissance dans le Hainaut. Cela s'explique par la proximité de la France et par l'apport des fonds européens. Le PACO (Port autonome du centre et de l'ouest), notamment, est en plein développement. Des travaux d'approfondissement de la voie d'eau sont prévus et plusieurs plateformes sont en construction le long des canaux et de l'Escaut. Ces aménagements sont liés au grand projet du canal Seine-Nord qui devrait relier les ports de Rouen et du Havre à ceux d'Anvers et de Rotterdam. En plus de la promotion que nous organisons en collaboration avec la DPVNI (Direction de la promotion des voies navigables et de l'intermodalité), le rôle du pôle est de réunir les prestataires logistiques, les chargeurs et les opérateurs. »

► **CCIImag' : Le transport fluvial est plus lent mais il a l'avantage d'être moins polluant. Pourtant, vous dites que rien ne remplacera jamais la route.**

J-M B. : « Non, en effet, je ne crois pas mais il faut que le transport routier soit plus « green » et que l'on fasse en sorte que les autoroutes soient moins encombrées. »

Moins de camions, mais plus lourds et plus longs

► **CCIImag' : Et là, apparemment, il y a une solution.**

J-M B. : « Oui, et elle s'appelle « écocombi ». Ce sont des camions plus longs et plus lourds, de 25,25 m au lieu de 18,75 m, de 60 T au lieu de 44 T. Mille « écocombis » circulent déjà aux Pays-Bas et la Flandre s'apprête à autoriser ce type de véhicule à partir du 1^{er} juillet prochain. Il s'agit d'un porteur de 26 T auquel on accroche une remorque. Plus long qu'une semi-remorque classique mais une économie de près de 50 % en carburant et en trajets. Ces convois sont destinés exclusivement au transport autoroutier, d'une zone de chargement à une autre, le transport local sur les routes secondaires se faisant au moyen de camions normaux. C'est un projet auquel je crois beaucoup car il diminue la pollution et réduit le nombre de camions sur les autoroutes. J'espère que le prochain gouvernement régional pourra rapidement donner son feu vert à ce projet. »

► **CCIImag' : Cela ne résoudra pas un problème social dont on parle beaucoup, celui des « chauffeurs polonais ou bulgares ».**

J-M B. : « Dans le transport international, c'est-à-dire de plus de 500 km, il est impossible d'éviter la concurrence des chauffeurs de l'Est. Ils coûtent maximum 2.750 € par mois alors qu'un chauffeur belge, avec les charges sociales, coûte le double à son employeur ! Ce qui est insupportable, c'est quand une entreprise de chez nous se dote d'une « boîte aux lettres à Bratislava », uniquement pour pouvoir engager des chauffeurs de là-bas à moindre prix. Il faut au moins qu'il y ait une véritable activité économique sur place. Et surtout, outre les baisses de charges promises au niveau belge, il faut que l'Union européenne accélère l'harmonisation fiscale entre les états. »



AUTOROUTES

► **CCImag'**: Revenons-en à la logistique en général qui est présentée depuis plusieurs années comme une des principales pistes de reconversion. Est-ce que ce n'est pas un peu la tarte à la crème?

J-M B.: « Alors là, pas du tout ! Au contraire ! C'est une réalité géographique renforcée par la conjonction de plusieurs modes de transport. C'est le cas pour l'ensemble du Bénélux et le Nord de la France. Ces régions sont situées au cœur de la zone la plus peuplée d'Europe, à proximité des grands ports de la Mer du Nord et disposent en outre d'un réseau routier, ferroviaire et aérien exceptionnel. C'est ce que nous expliquons à nos interlocuteurs dans les grands salons internationaux spécialisés de Paris, Munich et Shenzhen, en Chine. Car, en plus, nos marchés se sont déplacés. Aujourd'hui, la situation géographique et les infrastructures de la Wallonie intéressent la Chine, l'Inde, la Turquie, la Pologne... »

C'est où la Wallonie ?

► **CCImag'**: Justement, face à vos interlocuteurs lointains, vous n'avez pas de problème avec l'image de marque de la Wallonie ?

J-M B.: « Le seul vrai problème, c'est de situer la Wallonie sur la carte ! En Asie, on connaît Bruxelles, éventuellement le port d'Anvers mais la Wallonie, pas du tout ! Mais quand on leur explique que Charleroi est à 50 km de Bruxelles et Liège à un peu plus de 100 km d'Anvers, ça les intéresse. Quant à l'image de marque de la Wallonie, elle est entrain de changer. Il est très rare qu'il y ait une grève dans le secteur du transport et de la logistique. Par contre, nous disposons d'une main-d'œuvre de qualité. »

► **CCImag'**: On dit que la Flandre commence à manquer de terrains disponibles. Ce n'est pas le cas de la Wallonie ?

J-M B.: « Non. On sait que pour aménager un terrain industriel, avec toutes les démarches et... les recours, il faut à peu près 7 ans mais,



Aujourd'hui, la situation géographique et les infrastructures de la Wallonie intéressent la Chine, l'Inde, la Turquie, la Pologne...

actuellement, il n'y a pas de problème de disponibilité. Les espaces prévus sont en train de se libérer et l'aménagement des infrastructures est en cours. Plusieurs dizaines de milliers de mètres carrés de hall sont d'ailleurs en construction. »

► **CCImag'**: Le rôle d'un pôle de compétitivité est aussi de promouvoir la formation et l'innovation.

J-M B.: « Au niveau de la formation, nous avons une excellente collaboration avec le Forem, les Universités et les Hautes Ecoles. Je rappelle qu'il ne s'agit pas de former seulement des chauffeurs ou des caristes mais qu'en logistique comme ailleurs, on a besoin d'organismes, de managers, d'entrepreneurs. »

► **CCImag'**: Et d'innovation...

J-M B.: « Oui. D'ailleurs, les projets doivent toujours être présentés par deux entreprises,

pour favoriser les partenariats et une université ou un centre de recherche. En matière d'innovation, je pense par exemple aux recherches menées en matière de sécurité ferroviaire par Alstom à Charleroi, où travaillent un millier de personnes dont 650 ingénieurs ! »

► **CCImag'**: Tiens, on a peu parlé de transport ferroviaire et aérien...

J-M B.: « En effet ! En matière de chemin de fer, il y a le projet du TGV fret CAREX qui intéresse particulièrement Liège avec, pour 2017, l'aménagement d'un railport, voisin de l'aéroport. En ce qui concerne le transport aérien, je suis assez d'accord avec Melchior Wathelet, confronté à la quadrature du cercle à Zaventem : on peut très bien délocaliser une partie du trafic vers Liège et Charleroi... »

Côté rue, la blanchisserie Depairon pourrait presque passer inaperçue. Tel un iceberg, elle se dévoile au visiteur une fois celui-ci immergé dans ses effluves savonneuses. De pièce en pièce, des vêtements de travail fraîchement lavés y circulent sur des kilomètres de tringles. Plongée au cœur d'une institution verwiétoise fondée en 1896 et aujourd'hui pilotée par la 4^e génération (assistée de la 5^e).



© Jonathan Berger

DEPAIRON DU LINGE SUR LA

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



© Jonathan Berger

Muni d'un code-barres, chaque vêtement est scanné dès son entrée dans la chaîne de production. Une manière d'assurer son identification et sa traçabilité tout au long du processus.



© Jonathan Berger

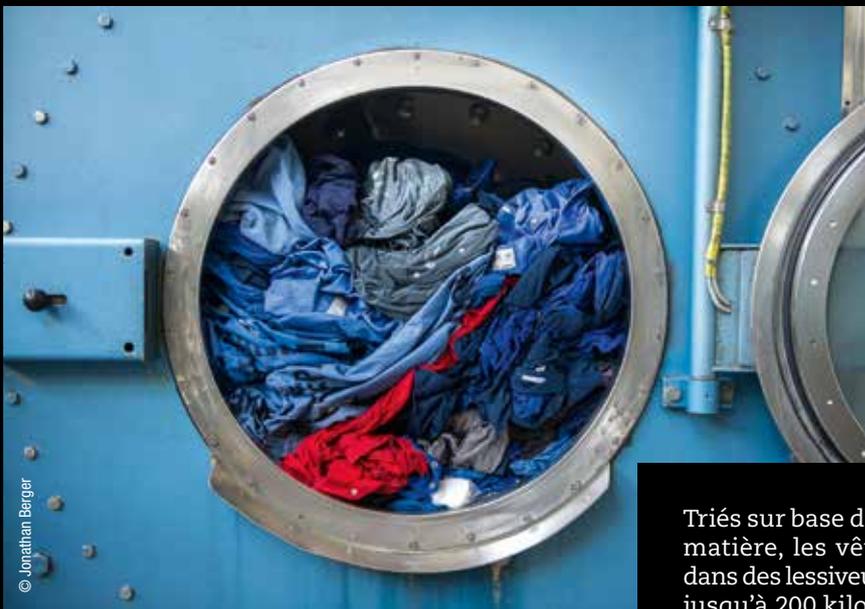
Spécialisée dans la location et l'entretien de vêtements de travail, l'entreprise Depairon traite chaque jour près de 11.000 pièces en provenance de plus de 3.000 clients répartis sur toute la Wallonie. Une équipe d'une quinzaine de chauffeurs collecte quotidiennement le linge sale et assure la livraison du linge propre.



© Jonathan Berger

PLANCHE

CÉLINE LÉONARD



© Jonathan Berger



© Jonathan Berger

Triés sur base de leur couleur et de leur matière, les vêtements sont disposés dans des lessiveuses capables d'accueillir jusqu'à 200 kilos de linge.



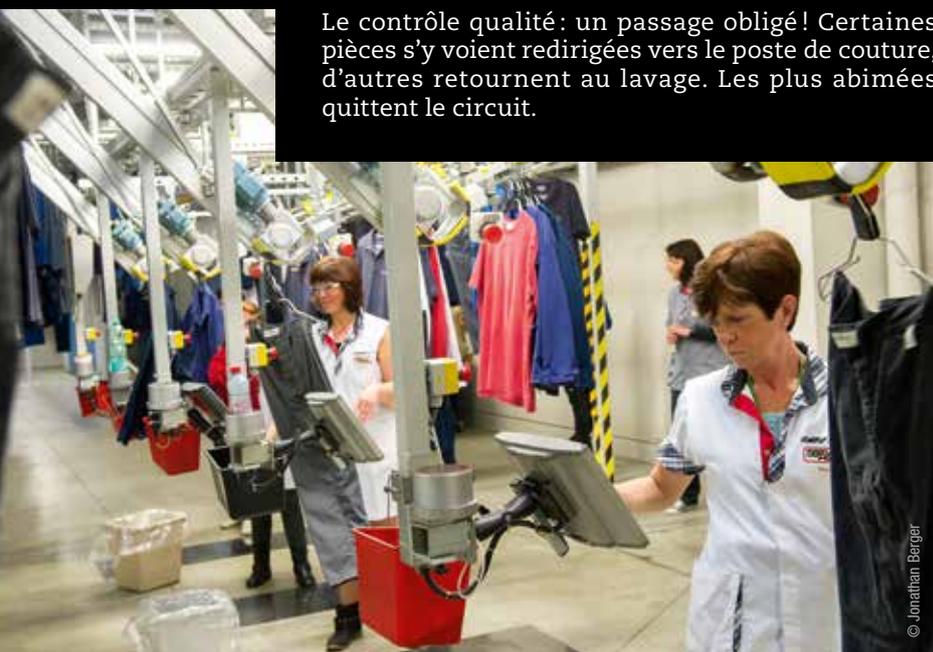
Au terme d'une séance de pré-séchage, chaque pièce est manuellement posée sur un cintre équipé d'une puce électronique. Reprenant diverses informations sur le vêtement, cette puce orientera son parcours dans le labyrinthe de tringles.



Les couturières, une denrée rare ô combien indispensable chez Depairon



Le contrôle qualité: un passage obligé! Certaines pièces s'y voient redirigées vers le poste de couture, d'autres retournent au lavage. Les plus abimées quittent le circuit.



Depairon, c'est également un stock de 170.000 articles destinés à la vente ou au remplacement du linge en location.



Au sein du tunnel de finition, des tuyaux de vapeur défroissent le linge à une température de 140°. Une finition au fer à repasser est également proposée aux clients les plus exigeants.



© Jonathan Berger



© Jonathan Berger



© Jonathan Berger

Depuis son poste, la responsable de production peut à tout moment localiser un vêtement au sein de la chaîne de production.



En zone de stockage, les vêtements, triés par tournée, attendent de passer à la plieuse automatique ou d'être posés sur un simple cintre avant de rejoindre le département livraison.



© Jonathan Berger

DEPAIRON

Rue de Limbourg n°77-79 à 4800
Verviers
Tél. : 087/32 18 18 – www.depairon.be

Tech All Stars 2014 recherche les meilleures jeunes entreprises



Avec le concours Tech All Stars 2014, la Commission européenne recherche les meilleures jeunes entreprises d'Europe, celles de moins de trois ans qui ont levé moins d'un million d'euros de financements externes. Les entreprises gagnantes bénéficieront d'un accès exclusif aux plus prestigieux événements organisés en Europe autour des start-up et pourront présenter leurs projets à des entrepreneurs de renom tels que Richard Branson (Virgin), Chad Hurley (YouTube) et Niklas Zennström (Kazaa, Skype). Le concours Tech All Stars s'inscrit dans le cadre de « Startup Europe », le plan d'action de la Commission européenne visant à renforcer l'environnement des entreprises pour les entrepreneurs du web et des technologies de l'information et de la communication - www.techallstars.eu

PME: difficiles financements

Selon un sondage européen, plus une entreprise est petite, plus grande est la probabilité que sa demande de prêt soit refusée par une institution financière. Les petites entreprises, notamment, ont du mal à obtenir des explications sur les raisons du refus de leurs demandes de prêt. Or, elles ont besoin d'en savoir plus sur les lacunes des demandes pour y remédier et obtenir un prêt. De même, la moitié environ des PME ont estimé que les informations qu'elles avaient reçues leur avaient permis d'obtenir ultérieurement un financement. C'est pourquoi, il faudrait relancer le dialogue en augmentant la transparence et en s'efforçant d'améliorer la culture financière des petites entreprises.

First Entreprise: un soutien wallon à la recherche



Depuis plusieurs années, le programme First Entreprise soutient la recherche dans les entreprises via l'engagement d'un chercheur au sein d'une société et la formation de celui-ci dans un organisme de recherche. Pour en bénéficier, une entreprise doit avoir un siège d'activité en Wallonie et être active dans la recherche industrielle. La subvention? De 50 à 70 % des dépenses, en fonction de la taille de l'entreprise, pour 12, 18 ou 24 mois. Les dépenses comprennent la charge salariale du chercheur, des frais généraux correspondant à 10 % de cette charge, ainsi que 5.000 € par semestre à l'organisme d'accueil. Le stage effectué par le chercheur au sein de l'organisme de recherche aura une durée de 3 à 6 mois par an et doit permettre un réel apport de connaissances à l'entreprise. Date limite d'introduction des projets: le 14 août 2014 - **081/33.45.62**

A promotional graphic for EY in Wallonia. It features a globe in the background with the EY logo and the tagline 'Building a better working world'. A yellow banner at the bottom contains text in French.

**EY en Wallonie:
une équipe multidisciplinaire**

Audit | Comptabilité | Fiscalité | Conseils | Transactions

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

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

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



Nouvelles dispositions en matière de prévention du risque incendie



Depuis le 3 mai 2014, le nouvel arrêté royal relatif à la prévention de l'incendie sur les lieux de travail intègre l'obligation de réaliser une analyse des risques en précisant les facteurs de risques qui doivent au minimum être pris en compte lors de cette analyse. Sur base des résultats de cette analyse propre à chaque entreprise, l'employeur doit prendre des mesures de prévention visant, selon la hiérarchie, à prévenir l'incendie ; assurer la sécurité et si nécessaire l'évacuation rapide des travailleurs et de toute personne sur le lieu de travail, sans les mettre en danger ; combattre tout début d'incendie pour éviter sa propagation.

Marché du travail toujours en crise

Jamais au cours des dix dernières années on n'a créé si peu d'emplois en Belgique que lors de la dernière crise (2011-2013). Lors de la deuxième vague de déclin, le contrecoup s'est fait davantage ressentir que ce que ne pouvait le laisser penser l'évolution économique. Ceci s'explique avant tout par le fait que l'effet tampon de la solution du chômage temporaire atteint sa limite. En outre, la perte d'emplois touche à présent d'autres secteurs également, comme le secteur public et l'enseignement. L'analyse des flux sous-jacents du marché du travail nous indique qu'à la fois la destruction et la création d'emplois connaissent une évolution négative consécutive aux soubresauts de la crise.

Comment se lancer comme indépendant?

Le SPF Économie publie la nouvelle version de sa brochure intitulée, « Comment s'installer à son compte en Belgique? », destinée à ceux qui veulent créer leur propre entreprise : conditions à remplir, formalités et obligations fiscales, sociales et comptables pour exercer une activité. Cette publication renseigne sur le choix du type d'entreprise (personne physique ou société) - **Plus d'infos : 0800/120.33**

www.salairesminimums.be: par (sous-)commission paritaire

Avec le nouveau site web du SPF Emploi, www.salairesminimums.be, comprenant les salaires minimums par secteur, tout employeur et travailleur peut retrouver le salaire minimum applicable pour une fonction, dans un secteur et en tenant compte de l'ancienneté. On y trouve aussi des informations sur la durée du travail, les classifications de fonctions, les conditions d'ancienneté, les primes et les indemnités accordées dans divers secteurs. Cette banque de données rassemble les données salariales à partir de janvier 2008 et les actualise comme prévu par les CCT.

.be Creative promeut l'esprit d'entreprendre pour les 18-35 ans

L'appel à projets intitulé .be Creative permet à tout Belge, seul ou en groupe, âgé de 18 à 35 ans d'imaginer un produit ou un service commercialisable, qui met en valeur la Belgique et qui associe au minimum deux de ses savoir-faire comme le chocolat, le diamant... Pendant six mois, les porteurs de projet bénéficieront de coups de pouce financiers et opérationnels afin de concrétiser un prototype. Ce concours se faisant sur base d'un formulaire, se traduira par la sélection d'une dizaine de dossiers d'ici octobre prochain. À noter que tous les projets seront mis en vitrine dans l'espace réservé au Pavillon belge de l'Exposition Universelle de Milan, du 1^{er} mai au 31 octobre 2015 - **info@becreative.be - www.be-creative.be**

THÉÂTRE DE LIÈGE Un écrin pour vos événements

Location d'espaces
Formules dîners-spectacles !

+infos : location@theatredeliege.be | +32(0)4 344 71 95 | www.theatredeliege.be

vitra.

Négocier avec les syndicats: UN EXERCICE QUI NE

En dépit d'objectifs communs de pérennité et donc d'une certaine « rentabilité », la naissance de tensions entre direction et syndicat est de l'ordre de l'inévitable. Nul dirigeant n'a pourtant intérêt à voir des conflits sociaux plomber la productivité et l'ambiance de son entreprise. Doté d'une riche expérience de conciliateur avec les partenaires sociaux, Denis Thibaut nous délivre ses conseils pour communiquer et négocier de manière constructive avec les syndicats.

CÉLINE LÉONARD

► **CCIImag'**: En dehors de tout climat de tension, quelles sont les bases d'un partenariat sain entre direction et syndicats?

D. T.: « L'équipe dirigeante doit avant tout veiller au respect des obligations légales en matière de contrats de travail, de législation sociale, de relations avec les organes de concertation (conseil d'entreprise, comité de prévention et de protection au travail, délégation syndicale...)... Il importe, ensuite, que la direction définisse un cap et le communique régulièrement aux partenaires sociaux de manière à ce que cet objectif soit compris et intégré par tous. Même en période économiquement difficile, il convient de communiquer sur un cap à court et moyen terme. Enfin, quand l'entreprise affiche une certaine taille, elle doit impliquer l'encadrement à jouer un rôle important dans les relations sociales de l'entreprise (faire remonter les informations et s'assurer que les messages de la direction passent bien). »

► **CCIImag'**: Parmi ces trois éléments, quel est celui faisant le plus souvent défaut au sein des entreprises?

D. T.: « Si je me réfère à mon expérience, c'est incontestablement l'absence d'implication de l'encadrement. Quand bien même cette équipe a-t-elle été mise en place, elle est souvent oubliée lors des négociations, tant par la direction que les syndicats. »

► **CCIImag'**: Lorsqu'un conflit survient, comment l'équipe qui représentera la direction doit-elle se préparer aux pourparlers?

D. T.: « Une bonne préparation commence, premièrement, par la définition des enjeux pour les deux parties : dans quelle mesure l'entreprise et ses collaborateurs seront-ils impactés par une négociation salariale, une



DEUX PRINCIPES À NE PAS PERDRE DE VUE

- **Rigueur**: « Si vous devez concentrer votre énergie quelque part, c'est dans la rigueur de votre préparation. »
- **Modestie et réalisme**: « Les permanents syndicaux sont souvent des négociateurs expérimentés connaissant généralement leur dossier sur le bout des doigts tandis que le chef d'entreprise a beaucoup d'autres préoccupations (clients, financement, problème technique...). Modestie et réalisme sont donc de rigueur lorsqu'il convient de les rencontrer. »

S'IMPROVISE PAS

réorganisation des horaires de travail, une nouvelle répartition des postes... L'équipe dirigeante doit, deuxièmement, se pencher sur l'analyse de son environnement géographique (comment réagiraient les entreprises voisines, celles du zoning où la société est éventuellement implantée) et sectoriel (que font/feraient les entreprises du même secteur). Si elle appartient à un groupe, elle doit s'assurer



que ses objectifs sont partagés par la société mère. Troisièmement, on ne négocie pas seul mais en équipe. Dans ce cadre, les rôles et attributions de chacun doivent avoir été clairement définis : qui sera en première ligne, qui se limitera à un rôle d'observateur, qui calculera les impacts financiers de certaines propositions... Quatrièmement, l'équipe dirigeante doit avoir clairement établi les points qui sont négociables et ceux qui ne le sont pas. »

► **CCIImag' : Faut-il préalablement établir une stratégie ?**

D. T. : « Il faut avoir dans son escarcelle un stock de réponses à fournir sur des points dont on est sûr qu'ils seront évoqués. Mon expérience m'a appris qu'un processus de négociation passait toujours par les mêmes étapes. Par exemple, vient toujours un moment de paroxysme où l'on pense que les avis des uns et des autres seront irréconciliables. Plus qu'une stratégie, la direction doit donc avoir à l'esprit ce chemin qu'emprunte tout processus de négociation. »

► **CCIImag' : Au cours des pourparlers, préconisez-vous un certain ton ou style de communication ?**

D. T. : « Une négociation est souvent émotionnellement intense. Par conséquent, on a beau imaginer le ton qu'il conviendrait d'adopter, le naturel revient vite au galop. Il est en revanche pertinent de définir d'entrée de jeu un climat de respect dans lequel on souhaite voir la discussion évoluer. Cela permet de recadrer au besoin les débats. »

► **CCIImag' : Recommandez-vous l'usage de techniques d'influence ?**

D. T. : « Certains spécialistes des négociations les enseignent. Je ne suis pas favorable à ces procédés visant *in fine* à faire sortir l'adversaire de ses gonds. Je recommande plutôt d'écouter, reformuler les propos et recadrer sans jamais casser ni humilier son interlocuteur. En guise de préparation, il faut se tenir prêt aux « attaques » et « manipulations relationnelles » et travailler son assertivité. »

► **CCIImag' : Comment réagir lorsque l'on se retrouve confronté à des menaces, de l'agressivité ?**

D. T. : « Il existe deux formes distinctes d'agressivité que l'on parvient à discerner avec l'expérience. Il y a d'une part la menace réelle, d'autre part la menace « théâtrale » que le représentant syndical agit car il doit prouver à ceux qu'ils représentent qu'il a tout tenté. Si elle est réelle, il faut rappeler le climat dans lequel on souhaite discuter et au besoin procéder à une suspension de la séance. »

Denis Thibaut

Licencié en Sociologie des organisations, il a pendant 13 ans exercé des fonctions de responsable d'équipe et de DRH au sein d'une organisation multinationale. Depuis 2002 aux côtés des associés de l'entreprise Lapière et Libert, il effectue des missions de conseil, de formation et d'accompagnement utiles aux individus, aux équipes et aux organisations. Actuellement gérant de DTMC SPRL Conseil - Coaching - Formation, il accompagne les cadres et agents de maîtrise dans la gestion de leurs relations sociales et prépare les équipes chargées des négociations.



► **CCIImag' : Lors des négociations, le directeur doit-il nécessairement être en première ligne ?**

D. T. : « La plupart du temps, et lorsque cela est possible, je ne le recommande pas car il peut perdre le recul nécessaire au pilotage de négociations complexes. Il doit en revanche montrer qu'il pilote les débats et suit de près les discussions sous peine sinon de donner l'impression de ne pas s'intéresser au problème. »

► **CCIImag' : Quelles solutions en cas d'échec des négociations ?**

D. T. : « Si les procédures au sein de l'entreprise ont échoué, l'entreprise peut se tourner vers la conciliation sociale qui a pour mission de prévenir les conflits sociaux et d'en assurer le suivi. Le président du bureau de conciliation formulera des propositions qui seront suivies ou non. Ce n'est pas la panacée mais ça a l'avantage de dépassionner les débats et de permettre à chaque partie de trouver des solutions innovantes et de sortir de l'exercice la tête haute. »



Votre logo, votre nom, votre enseigne !

Qu'il s'agisse de la création d'une société, du rebranding ou d'un changement de logo, il est important de se démarquer et d'attirer le regard !

Une enseigne lumineuse permet de **mettre en avant votre entreprise** grâce à l'éclairage de votre marque ou du nom de votre commerce.

Notre équipe de dessinateurs/créateurs fait souvent la différence en utilisant une très large gamme de solutions techniques

presque sans limite. Aussi bien en ce qui concerne **l'expression créative d'une enseigne que de l'habillage de votre façade.**

De la conception à la réalisation, **BELGONEON** vous accompagne avec un service sur mesure et des matériaux haut de gamme. En investissant dans la recherche et le développement depuis près de 60 ans, nous cherchons à offrir des produits toujours plus innovants, performants et durables afin de vous mettre en avant.

BELGONEON

2, rue des Nouvelles Technologies, 4460 Grâce-Hollogne, info@belgoneon.be
www.sign-facade.be/belgoneon ☎ 0800/137 47

membre du groupe

Sign &
Facade

Complexes industriels

Bâtiments pour PME

Plateformes logistiques

Surfaces commerciales

Bureaux

 **WILLY
NAESSENS**
Industriebouw • Bâtiments Industriels



Wortegem-Petegem 056 69 41 11 Tessengerlo 013 29 27 27 Mornimont 071 75 07 40 www.willynaessens.be



LES VACANCES, C'EST APRÈS-DEMAIN!...

Les bons réflexes...

Pour réussir ses vacances, il importe de ne pas omettre de choyer son véhicule.

Outre les incontournables vidange-graissage et check control des niveaux d'eau et d'huile sans oublier le liquide du lave-glace, il est recommandé de vérifier l'état des plaquettes de freins, de la batterie, des balais d'essuie-glaces, des phares et des amortisseurs. Une attention toute particulière à vos pneumatiques : ajoutez-leur 0,3 bar de pression car, avec le poids des occupants du véhicule plus celui des bagages, ils risquent de « s'affaisser » sur le bitume. Et par là même d'augmenter votre consommation de carburant. Il vous faut également veiller à bien charger votre véhicule. Soit répartir correctement les masses car la concentration inhabituelle des masses de poids à l'arrière du véhicule influe grandement sur la tenue de route : déstabilisation en ligne droite, perte d'adhérence latérale des roues arrière et des roues directrices... autant de risques à éviter. D'autant que le volant léger et flou, l'augmentation des distances d'arrêt, l'usure prématurée des pneumatiques seront alors, hélas!, au rendez vous...



Le FlexFix d'Opel : idéal pour bien arrimer quatre vélos durant les vacances!

...et quelques autres précautions

Asseyez-vous au volant comme il convient : vêtements amples, pas de bras tendus, mais à 90 degrés, air frais au visage, enfants bien arrimés dans des sièges adaptés à leur taille, appui-tête à bonne hauteur... autant de précautions utiles.

Reste alors le départ en fonction de la destination. Les heures où le thermomètre s'affole sont également à proscrire car l'air conditionné ne résout pas tout.

Bonne route!

BOB MONARD

RECRUDESCENCE DES « CABRIOLEURS »!...



Renault Mégane Coupé Cabriolet : la dernière découvrable apparue sur le marché.

Les berlines et les coupés qui s'ôtent le dessus deviennent soit des décapotables si toit mou, soit des découvrables si toit rigide « éclipable »!

Dénominateur commun : leurs proprios en profitent tant en hiver qu'en été! Car, avec leur système de chauffage pour la nuque et autres finasseries technico-thermiques qui protègent du froid, se balader à l'air libre est tout à fait envisageable en plein hiver!

Paradoxe : l'augmentation de la pollution de l'air est directement proportionnelle à l'immatriculation de cabriolets en Belgique!

Certes, les temps ont bien changé en matière de décapotable (avec ou sans arceau), de spider, de roadster et de « convertible ».

Depuis le milieu des années nonante, on parle de coupé-cabriolet (CC) et de Twin-Top.

Mieux : le « 2 places » existe toujours, mais le « 2+2 » a conquis ses places de noblesse par le génie stylistique de Bertone, Giugiaro, Heuliez, Karmann et Pininfarina : autant de prestigieuses références en matière de design.

La toile reflète, certes, l'image instantanée du cabriolet avec comme principaux avantages un encombrement moindre quand repliée

dans l'espace réservé aux bagages comme une étanchéité supérieure en raison du moins grand nombre de joints en néoprène. Mais le toit rigide a lui aussi ses arguments : meilleure protection contre les vicissitudes de la météo, plus fiable sur le long terme et moins sujet aux effractions.

Que choisir?

Une évidence : le choix est vaste car pas moins d'une quarantaine de cabriolets d'une trentaine de marques sont commercialisés en Belgique. De 2 à 12 cylindres, essence, diesel, électrique, de moins de 3 à plus de 6 mètres, traction, propulsion ou transmission intégrale, de 13.673 euros pour la Smart Fortwo Cabrio à 467.423 euros pour la Rolls Royce Phantom Drophead Coupé... l'embarras du choix.

En 2013, les plus courus portaient pour nom Fiat 500 (3431 exemplaires vendus), Beetle (702), Mini (634), Peugeot 308 (529) et Golf (472). Au global, pas moins de 10.327 cabrios - pour 8597 en 2012 - ont été immatriculés lors du défunt millésime.

BOB MONARD



Merak assure la disponibilité rapide, sûre et en tout lieu de vos archives numérisées

« Numériser, c'est facile. Retrouver des données, c'est tout un art ! »

Acheter un scanner et numériser des documents ? Un véritable jeu d'enfant ! C'est pourquoi les offres à des prix défiant toute concurrence ne manquent pas. Oui, y compris les principaux avantages qu'offrent les documents numériques : faciles à sauvegarder et disponibles partout. Mais, trop souvent, sans avoir la garantie d'une gestion efficace des documents. Dès lors, optez résolument pour une solution globale. Merak numérise vos documents et les gère de façon optimale. Vous retrouvez ainsi aisément les documents adéquats où et quand vous le voulez.

Numérisation en trois étapes

Définissez d'abord ce que vous attendez de la numérisation. Déterminez le format exact de la numérisation et la manière dont vous voulez utiliser les données ultérieurement. Fixez des règles strictes quant aux personnes autorisées à y accéder : c'est la seule manière de protéger le contenu contre les abus.

Les accords de base sont-ils clairs ? Dans ce cas, le temps est venu de prendre un document à titre d'exemple pour permettre au fournisseur de faire une évaluation réelle de l'approche et du budget. La manière dont vos documents sont livrés, la qualité et le format de ces derniers sont les trois principaux paramètres.

Pour terminer, c'est à vous de définir un calendrier détaillé. La rapidité est-elle indispensable ? Dans ce cas, posez à votre fournisseur la question de savoir comment il numérise rapidement et correctement l'ensemble des archives. Certaines archives spécifiques sont-elles moins urgentes ? Optez alors pour une approche échelonnée et donnez la priorité aux données les plus urgentes. Néanmoins, définissez toujours une échéance claire.

Sécurité et flexibilité

Merak dispose du savoir-faire et des équipements pour numériser la quasi-totalité des

supports – des documents papier aux films. Et même des formats très divers : d'une carte de visite aux documents A0 en passant par des registres en A2. Ce faisant, nous garantissons confidentialité et sécurité absolues à chaque étape du processus, conformément à nos prescriptions ISO 9001 et ISO/IEC



27001. Vous avez de ce fait la certitude que vos données sont et restent entre de bonnes mains, depuis la préparation jusqu'au dernier jour de leur conservation. Nous définissons ensemble un planning de travail qui ne perturbe pas vos activités quotidiennes. La traçabilité et le suivi permanents vous permettent en outre de connaître à tout moment l'état d'avancement de la mission.

« Merak dispose du savoir-faire et des équipements pour numériser la quasi-totalité des supports – des documents papier aux films. »

Toujours accessible et abordable

Concernant la gestion de vos documents numérisés et des documents originaux, Merak travaille exactement selon vos attentes

et vos instructions. Les versions numériques sont reconnues authentiques. C'est pour cette raison que nous pouvons détruire de façon professionnelle les originaux sous format papier, ce qui vous épargne des coûts de conservation. Nous pouvons également les conserver pour vous dans des conditions optimales. Sur simple demande, notre coursier les apporte à votre bureau. De ce fait, vous les avez aussitôt sous la main en cas de nécessité.

En toutes circonstances, le module de gestion numérique vous permet d'accéder partout et à tout moment à vos documents. Grâce aux connexions Internet sécurisées, vous emportez l'ensemble de vos archives sur votre ordinateur portable ou sur votre tablette. Merak Archive Online (MAC) est votre solution : elle vous permet de retrouver rapidement vos fichiers. Vous

bénéficiez aussi d'une garantie de lisibilité tout au long de la durée de conservation et d'un accès individualisé pour chaque collaborateur. Le tout à un prix compétitif, en fonction de l'espace cloud que vous occupez réellement. Aucune solution interne d'archivage ne peut en faire autant.

Demande de références

Numériser vos archives est une décision à la fois sage et drastique. Préparez donc convenablement votre projet et demandez des références claires. Merak se fera un plaisir de vous communiquer des exemples de projets réussis, à savoir des missions dans le cadre desquelles Merak a fourni des documents numérisés au client ou les a gérés pour lui. De ce fait, vous disposerez d'une base de comparaison claire. Et... vous verrez la réaction des experts. Laissez-vous convaincre par les chiffres et les résultats obtenus. +

www.merak.be





EQUIP
source humaine

Et si vous permettiez à votre enfant de trouver sa voie ?

- ▶ Equip'age, le nouveau service proposé par le groupe Equip'
- ▶ Un programme permettant au jeune de mieux cerner sa personnalité et ses aspirations
- ▶ Une orientation professionnelle bien choisie pour une carrière plus épanouie
- ▶ Une revalorisation du statut d'intérimaire

Pour les 15-25 ans

Véritable spécialiste dans la gestion des ressources humaines, le groupe Equip' propose depuis plusieurs années un service d'outplacement. « Dans le cadre de cette activité, nous nous sommes rendus compte qu'il existait souvent une distorsion entre les motivations durables des personnes que nous suivions et les choix professionnels qu'elles avaient posés, explique Christophe Naa, Administrateur. Bien évidemment, identifier ses moteurs professionnels au virage de la quarantaine, c'est bien. Mais les identifier au cours de l'adolescence, c'est encore mieux ! Un constat sans appel qui nous a donné envie de créer Equip'age, un nouveau service spécialement dédié aux 15-25 ans. »

Un programme en 3 étapes

L'objectif d'Equip'age est de permettre au jeune de se découvrir et de s'approprier qui il est pour au final aligner son orientation scolaire et professionnelle sur ses motivations naturelles. Le programme développé dans ce cadre par le groupe Equip' s'articule en 3 grandes étapes :

1. Un test de compétences et de personnalité mettant en lumière la structure de personnalité du jeune (est-il plutôt philosophe, compétiteur, gestionnaire... ?);
2. Un atelier d'une journée en petit groupe au cours duquel le jeune découvre de manière ludique et inédite qui il est, ses freins et l'environnement de travail idéal à son épanouissement ;
3. Un entretien individuel de 2 heures avec un consultant expérimenté et qualifié afin de déterminer le choix de carrière correspondant le mieux au candidat. Avec l'accord, les parents peuvent assister à cet ultime rendez-vous afin de pouvoir assurer un suivi une fois le programme terminé. Une vidéo de l'entretien peut également leur être remise.

Il est à noter que l'animation de l'atelier et le débriefing reposent, notamment, sur l'Approche neurocognitive et comportementale, des notions de PNL (Programme Neuro Linguistique), d'Analyse transactionnelle et d'ACT (Thérapie d'acceptation et d'engagement).

Une base scientifique

À ce jour, plus de 200 jeunes ont d'ores et déjà suivi le programme Equip'age. « Les résultats sont concluants, poursuit Christophe Naa. Confrontés à la nécessité de choisir une orientation scolaire, nombre d'entre eux se sentaient perdus. Ils nous ont confié sortir du programme en étant plus sûrs d'eux et mieux éclairés sur les raisons qui les poussaient à choisir une filière. »

Un service innovant

Sur le marché actuel des ressources humaines, Equip'age constitue une offre à la fois unique et innovante. Le programme s'inscrit par ailleurs pleinement dans la gamme de services en ressources humaines que le groupe Equip' propose : « Plus que jamais, notre volonté est d'aider les uns et les autres, qu'ils soient juniors ou seniors, à mieux se connaître pour poser des choix professionnels plus adaptés », conclut Christophe Naa.

Une fois qu'ils sont passés par Equip'age, les jeunes sont prioritaires pour les jobs étudiants auprès des clients d'Equip'. Ils bénéficient, par ailleurs, d'un suivi professionnel tout au long de leur carrière.

EQUIP'AGE

Contact : Déborah Havrenne - d.havrenne@groupequip.be - www.groupequip.be

KINEPOLIS LIÈGE

NOUS ORGANISONS VOS ÉVÈNEMENTS
POUR PETITS ET GRANDS BUDGETS



★ PROJECTION PRIVÉE AVEC UN FILM EN AVANT-PREMIÈRE OU UN FILM À L’AFFICHE



★ **CONFÉRENCES - SÉMINAIRES-RÉUNIONS - LANCEMENTS DE PRODUITS - ROADSHOWS**

Un choix de 16 salles de cinéma de haute technologie, des sièges confortables, des écrans géants pour vos présentations powerpoint, vidéo ou autres, de larges accoudoirs pour prendre vos notes... Wifi, micro sans fil, pupitre, poursuite lumière, tables nappées avec chaises, desk d'accueil, signalétique, équipe technique...

★ **NOTRE SERVICE TRAITEUR QUI RÉALISE VOS SOUHAITS ET VOS FORMULES SUR MESURE**

Petit-déjeuner, pause-café, cocktail dinatoire, welcome drinks, buffets, walking-dinner...

★ **ESPACES DE RÉCEPTION PRIVÉS MODULABLES DE 50 PERSONNES À 700 PERSONNES**

Maud franz, mfranz@kinepolis.com, 04.224.66.32
Kinepolis Liège: Chaussée de Tongres 200, 4000 Liège.

WHEREBUSINESSMEETSPLEASURE

kinepolisbusiness.com



KINEPOLIS®

BUSINESS



[Benoît Nihant Chocolatier]

PASSION CHOCOLAT

- ▶ Fabrication artisanale de chocolat à partir de fèves de cacao
- ▶ Deux nouvelles boutiques à Tokyo et une en Corée du Sud
- ▶ Des projets aux Etats-Unis et en Russie

JACQUELINE REMITS



Benoît Nihant et son épouse, Anne : « Un partenaire au Japon est tombé amoureux de nos chocolats »

L'atelier s'avère rapidement trop petit. En 2010, un magasin est ouvert à Embourg, puis à Liège et à Maastricht. « *Nous sommes également chez Rob à Bruxelles.* » Voici trois ans, Benoît Nihant décide de maîtriser l'ensemble du processus.

“ Nous travaillons avec de toutes petites productions, des terroirs oubliés. C'est du vrai commerce équitable, sans label.

« *Petit à petit, nous avons acheté d'anciennes machines, comme ce torréfacteur des années 1950. De l'air chaud passe dans une boucle où les fèves sont en mouvement. Cela permet de les torréfier de manière optimale sans les brûler. Nous essayons de découvrir des plantations oubliées qui utilisent encore des cépages et des cacaoyers anciens, parce qu'ils donnent des goûts plus intéressants. Il existe trois types de cépage dans les cacaoyers: le criollo, le forastero et le trinitario. Le forastero est principalement utilisé par l'industrie et représente plus de 70 % de la récolte mondiale. Très résistant, pas sujet aux maladies, il porte beaucoup de fruits, mais ne donne pas énormément de goût. Le criollo est la variété que les personnes d'Amérique latine utilisaient à l'origine. Le trinitario est implanté à Madagascar et à Bali notamment.* » Le cacao pousse toujours le long de l'Équateur, dans des zones humides propices à sa culture. Plus de 70 % des cacaoyers sont plantés en Afrique. « *Mais nous n'allons pas les chercher là, car cette production est de masse et sans recherche de saveur gustative. Nous travaillons avec de toutes petites productions, des terroirs oubliés, deux plantations au Venezuela, une en Équateur, une à Madagascar, une à Cuba et une à Bali. C'est du vrai commerce équitable, sans label. Le planteur va donner son prix en fonction de la quantité de sa récolte l'année où on l'achète. Cela lui permet de garder ses anciens arbres.* »

Grands restaurants et épicerie fines

Début 2013, une boutique ouvre ses portes dans le prestigieux Department Store Mitsukoshi Ginza à Tokyo. « *Un partenaire au Japon est tombé amoureux de nos chocolats. Nous l'avons rencontré voici trois ans. Il a fallu un an et demi avant qu'on n'y vende le premier chocolat. Une fois lancé, les Japonais sont très fidèles et ne remettent pas en question la collaboration. Deux nouvelles boutiques viennent d'être lancées à Tokyo et une en Corée du Sud. Nous vendons à des magasins spécialisés en chocolat en Allemagne, dans des épicerie fines en France et chez Selfridges à Londres.* »

Benoît Nihant Chocolatier emploie une douzaine de personnes. Motus sur le chiffre d'affaires. Parmi les objectifs, « *nous sommes en négociation pour un rez-de-chaussée commercial à Bruxelles. Nous avons des contacts aux États-Unis, en Russie. Nous sommes à la recherche de personnes qui partagent notre passion pour investir dans notre marque et créer des magasins à l'étranger.* »

Le chocolatier Benoît Nihant fait partie du cercle très fermé des chocolatiers qui fabriquent leur propre chocolat à partir de fèves de cacao. Ils ne sont qu'une quinzaine dans le monde à partager ce savoir-faire artisanal et cette recherche de perfection. « *La quasi-totalité des chocolatiers utilisent comme matière première du chocolat qu'ils font refondre et qui, le plus souvent, est réalisé par des sociétés industrielles* », commence Benoît Nihant.

De 1998 à 2005, ce jeune quadra travaillait comme ingénieur chef de projet dans l'industrie sidérurgique. À 30 ans, il décide de se lancer dans le monde du chocolat haut de gamme. « *L'aventure commence réellement en 2007 dans un ancien garage reconverti en atelier, à l'arrière de la maison de mes parents, au départ, avec nos économies à nous, mon épouse et moi. En nous développant, nous avons eu recours à des emprunts bancaires. Nous avons proposé nos premiers produits aux restaurants Comme chez soi et La Villa Lorraine pour avoir leur appréciation. Au lieu de repartir avec des conseils, nous sommes repartis avec nos premières commandes ! Là, on a su qu'on pouvait faire confiance à notre palais.* »



BENOÎT NIHANT (atelier)

Rue de la Métal à 4870 Trooz
www.benoitnihant.be

ELECTROVOX



Contact

T.0032(0)472/10.72.27

T. 0032(0)475/41.58.03

www.electrovox.eu



LA VOIX ET L'IMAGE DE VOS EVENEMENTS

Electrovox c'est ...

- Sonorisation & gestion multimedias officielle des événements de la Chambre de Commerce.
- Locations d'écrans : plasma et LED
- Reportage vidéo
- Stands pour expositions : montage, éclairage et projection de logos sur sols et murs.
- Eclairage lounge
- Gestion technique de tout événement d'envergure (ex : Espace VIP Casino au Francofolies de Spa, championnat belge de Poker, ...)
- Gestion de conférences : son et image
- Animation de vos soirées d'entreprises par vidéo-clips

Contactez-nous !
Vous ne serez pas déçu.
T.0032(0)472/10.72.27

 **ELECTROVOX**

BtoB
Benelux
Event & Business

Artisanat liégeois

EN PÉRIL

- ▶ La gravure sur armes, un savoir-faire remontant au XVI^e siècle
- ▶ Un métier aussi rare qu'exceptionnel aujourd'hui menacé
- ▶ Un appel lancé par les professionnels du secteur

CÉLINE LÉONARD

Rare à travers le monde, la gravure sur armes est un artisanat d'art typiquement liégeois. Remontant au XVI^e siècle, ce savoir-faire a connu son heure de gloire dans les années 1960 avec la FN de Herstal qui employait alors jusqu'à 150 graveurs sur armes. Aujourd'hui, seuls deux fabricants d'armes wallons ont encore ponctuellement recours à la gravure sur armes à la main : Lebeau-Courally (Liège) et Browning (Herstal). La gravure milieu et bas de gamme a quant à elle été remplacée au fil des ans par le laser et la machine.

Un marché de micro-niche

Au niveau mondial, on recense seulement entre 300 et 400 demandes d'armes à graver de type « grand luxe » par an. Un marché de micro-niche donc où la demande reste stable depuis plusieurs années. Prestigieuse et discrète, la clientèle est essentiellement basée au Royaume-Uni, aux États-Unis, dans les pays du Golfe, en Russie et en Asie centrale. Pour séduire ces clients difficiles à capter par les canaux habituels du marketing, les graveurs liégeois doivent « jouer

des coudes » avec leurs confrères européens, notamment, établis en Autriche, Allemagne, Italie et Grande-Bretagne.

Un métier menacé

Aussi rare qu'exceptionnel, ce savoir-faire typiquement liégeois est aujourd'hui menacé de disparition. En cause, le déclin de la pratique de la chasse, la santé fragile des fabricants belges d'armes de chasse orientées « prestige », la concurrence européenne, le recours croissant aux machines, des contraintes administratives lourdes pour exercer ce métier en auto-entrepreneur en Belgique...

Conséquence logique : la relève est également difficile à trouver parmi les jeunes. Un constat d'autant plus regrettable quand on sait que l'école liégeoise Léon Mignon est l'une des trois seules écoles européennes dispensant un cursus en gravure sur armes. Une rareté en faisant un établissement convoité par les étudiants étrangers (on y recense ainsi nombre de jeunes Français mais aussi, pour ce cursus 2014, un étudiant américain).

Six recommandations

Pour ne pas voir s'évaporer cet artisanat d'art, plusieurs partenaires (La Wallonie, Fondation Ars Mechanica, Wallonie Design, AGORIA, ASE...) ont décidé de créer un groupe de travail et de solliciter la réalisation d'une étude de marché en vue d'établir une stratégie de sauvegarde et de développement de l'activité de gravure sur armes en Wallonie. Sur la base d'entretiens avec les acteurs du secteur, 6 pistes d'action ont ainsi émergé :



L'école Léon Mignon est l'une des 3 seules écoles européennes dispensant un cursus en gravure sur armes.

- créer une association de graveurs d'armes avec le soutien des pouvoirs publics
- mettre en place un système d'apprentissage encadré et rétribué, à l'instar des maîtres d'art en France
- instaurer un statut fiscal spécifique d'artisan d'art
- réduire les lenteurs et exigences administratives auxquelles sont soumis les graveurs (qui sont les mêmes que celles des armuriers/fabricants d'armes de guerre)
- créer des canaux de communication sur la gravure du métal pour valoriser la qualité du travail des graveurs wallons
- soutenir la formation initiale en gravure de l'école Léon Mignon

Exerçant un métier proche de l'orfèvrerie de prestige bien plus que de l'armurerie, les graveurs sur armes professionnels appellent au soutien de la profession par des mesures économiques rapides. Gageons que ces derniers témoins d'un savoir-faire séculaire typiquement liégeois seront entendus.



© Alain Lovenberg



© Cecile Flohiment & Purdey



NOUVELLE PEUGEOT 308 SW VOITURE DE L'ANNÉE 2014



PEUGEOT RECOMMANDE TOTAL  Donnons priorité à la sécurité.

NOUVELLE PEUGEOT 308 SW

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

 3,2 - 5,6 L/100 KM  85 - 129 G/KM

Informations environnementales [AR 19/03/2004]: www.peugeot.be



**GARAGE
BAUDOIN PIERRE**

Namur - Huy

www.peugeot-namur-huy.be

Schyns
PEUGEOT

Awans - Chênée - Eupen - Herve
Malmedy - Verviers - Visé

www.peugeotschyns.be



**GARAGE
PEUGEOT HANNAY**

Waremme

www.peugeot-waremme.be



Nouvelles installations d'Enersol inaugurées le 28/06. Rue de Maestricht, 70 à 4651 Battice.

NOUVEAU LOGO et NOUVEAU BÂTIMENT

En dix ans, la société Enersol a bien évolué et le fait savoir: elle se dote d'une nouvelle image et inaugure ses nouvelles installations. Ce premier bâtiment industriel wallon à énergie positive est un bel exemple de son savoir-faire.

En 2005, Samuel Bragard, jeune ingénieur industriel, fonde la société Enersol avec pour cœur de métier au départ l'installation de chauffe-eau solaires. Trois ans plus tard, dès l'entrée en vigueur du plan Solwatt, cette starter du plateau de Herve est l'une des premières entreprises wallonnes à prendre le train du photovoltaïque. Pour répondre aux spécificités des installations de grande puissance, les responsables créent un bureau d'études dédié à ces réalisations. Un dépôt est également ouvert à Namur. Simultanément, l'entreprise installe la première chaudière à micro-cogénération en province de Liège. Dans la foulée, un département de chauffage intégrant également le placement de chaudières classiques et de pompes à chaleur est créé. Fidèle à la volonté des dirigeants d'offrir une approche globale de la problématique énergétique, Enersol participe à la constitution d'Enersolutions en 2011. Parallèlement, elle collabore avec le fabricant Issol à la plus grande réalisation photovoltaïque wallonne à ce jour: 250 kWc installés pour le compte de H&M. En 2012, Enersol est la première entreprise belge à se voir octroyer la triple labélisation, Construction Quality Management, Quest Solar Thermal et NRQual PV. En 2013, un service « relighting » destiné aux entreprises voit le jour.

DÉVELOPPEMENT À L'EXPORT ET PARTENARIAT D'ENTREPRISES

Le département Export développe des joint-ventures dans des pays où la production d'énergie solaire est peu présente: au Brésil avec Enersol Brasil, au Rwanda avec Enecop, et bientôt au Burundi. « *En appliquant une même philosophie: ne pas prendre le travail des locaux, mais leur apporter notre know-how et l'expertise technique*, souligne Manu Xhaufclair, chargé de communication d'Enersol. Ces entreprises sont créées en collaboration avec des structures existantes et emploient une main d'œuvre locale. » Le département Eneroffgrid, lui, commercialise en ligne des kits photovoltaïques pour l'exportation. Enfin, pour

mieux répondre aux demandes plus larges en rénovation et construction durables des particuliers avec des bâtiments bien pensés et exécutés, Enersol est à l'initiative d'un partenariat d'entreprises de la construction, Sénergies.

UN NOUVEAU LOGO MIEUX EN PHASE AVEC LES MÉTIERS

Si Enersol a toujours été connotée solaire, cela était dû à son nom et son logo (soleil et sourire) qui correspondaient à la cible visée à ses débuts, une clientèle de particuliers. Ce logo, en phase avec la mode graphique de l'époque, communiquait l'image d'une entreprise jeune, sympathique et familiale avec une indication, certes claire sur le plan solaire, mais quelque peu restrictive. Or, entre 2005 et 2014, l'entreprise s'est développée et spécialisée dans divers produits et services et structurée en quatre départements: Chauffage & Sanitaire qui reprend l'activité première et les compétences en matière de chauffage (placement de chauffe-eau solaires, de pompes à chaleur, de chaudières à condensation, à cogénération et à pellets), Electricité qui comprend le solaire photovoltaïque, le relighting et l'électricité générale, Bâtiment pour la mise en œuvre de projets de construction ou de rénovation basés sur l'efficacité énergétique, et Export. Voilà qui justifie les choix graphiques pour le nouveau logo. « *Le O laisse apparaître l'approche à 360° des techniciens d'Enersol. Nous avons toutefois gardé la référence au solaire avec le rayonnement du O. La diversification de l'entreprise est visible dans le logo qui est aussi un rappel de celui de Sénergies. Le résultat est un graphisme sobre et professionnel, la clientèle d'Enersol étant aujourd'hui composée d'un grand nombre d'industriels.* »



UN NOUVEAU BÂTIMENT À SON IMAGE

Cette année, la société poursuit son développement avec près de 26,5 MW placés pour des particuliers et des entreprises et 7.200 m² de capteurs solaires thermiques en fonctionnement. L'entreprise emploie 45 personnes et compte 4.500 clients. En juin, Enersol inaugure ses nouvelles installations construites avec ses partenaires de Sénergies. Quoi de mieux que ce premier bâtiment industriel wallon à énergie positive pour concrétiser la belle évolution d'Enersol en dix ans ?

ENERSOL SPRL

Route de Maestricht n°49 à 4651 Battice – Tél.: 087 68 68 22 - www.enersol.be

www.bsp-construction.be



BSP CONSTRUCTION
www.bsp-construction.be

BSP Construction conçoit et réalise des bâtiments non résidentiels sur mesure pour les entreprises. Le site qui abrite votre activité **reflète votre image professionnelle.**

Vos choix architecturaux illustrent votre personnalité.

Pour mieux vous servir **BSP Construction** possède :

Son propre bureau d'études | Ses équipes de chantier

Son atelier de soudage et de préfabrication

Son réseau de professionnels des techniques spéciales et de finitions

Boulevard de Colonster B57 à 4000 Liège (Belgium)

Tél. +32 (0)497 64 58 08 | Fax +32 (0)4 236 88 43

bsp@bsp-construction.be | www.bsp-construction.be

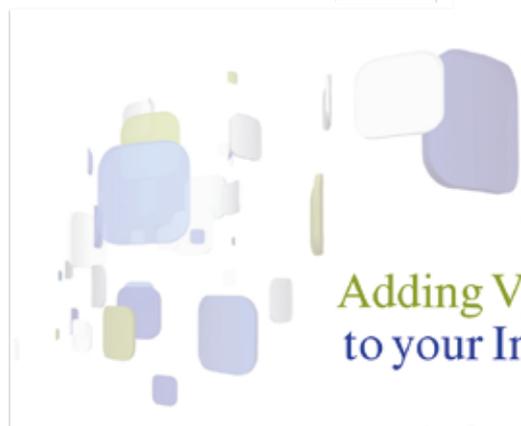
Une solution **personnalisée** pour des **bâtiments** uniques

Notre travail, c'est de vous permettre de faire le vôtre



European Intellectual Property Architects

Brevets, Marques, Modèles, Droits d'Auteur et Noms de Domaine



**Adding Value
to your Innovations**



Avec plus de cent ans d'expérience et 200 experts en Europe

GEVERS vous apporte bien plus qu'une simple protection de vos droits. Notre Mission : valoriser votre innovation en transformant les droits intellectuels en actifs économiques durables pour votre entreprise. C'est pour cela que des milliers de clients à travers le monde font confiance à nos équipes. Contactez-nous. Ensemble, nous consoliderons votre avenir.



WWW.GEVERS.EU

BRUSSELS PARIS GENÈVE ANTWERPEN GENT HASSELT LIÈGE NEUCHÂTEL TOULOUSE



[Oxycure Belgium]

Bouffées D'OXYGÈNE

- ▶ Spécialisée dans l'oxygénothérapie à domicile pour insuffisants respiratoires
- ▶ Leader sur ce marché en Belgique
- ▶ Chiffre d'affaires de 11,5 millions € en 2012, 35 personnes employées

JACQUELINE REMITS

En 2004, Francis Thomas et Chantal Hardy fondent la sprl Oxycure, installée à Fernelmont. Elle deviendra une société anonyme en 2007 avec les deux fondateurs pour administrateurs délégués. « *Voici 10 ans, quand des patients avaient besoin d'oxygène à domicile, ils recouraient à des bonbonnes d'oxygène, commence Chantal Hardy. Comme ce matériel est lourd, nous avons eu l'idée, qui existait déjà dans d'autres pays, de proposer des concentrateurs d'oxygène. Jusque-là en Belgique, ils étaient réservés aux patients les plus gravement atteints. La nouveauté était la mise sur le marché pour le plus grand nombre et la grande qualité du produit proposé. Cet appareil fournit de l'oxygène pendant 30.000 heures, soit trois ans et demi à raison de 24h/24h. Aujourd'hui, il équipe de nombreux patients insuffisants respiratoires (BPCO) et nécessitant une oxygénothérapie prescrite par des médecins généralistes et des médecins spécialistes, via les pharmaciens ou les hôpitaux.* »

Service de garde

La difficulté rencontrée par Oxycure a été d'obtenir le remboursement de l'Inami. « *En septembre 2004, nous avons introduit un dossier de remboursement à l'Inami et nous avons obtenu l'intervention des soins de santé de la location du concentrateur en septembre 2007. Ce produit coûtait moins cher que la bouteille d'oxygène et offrait de nombreux avantages aux patients. Depuis lors, le médecin généraliste ou spécialiste (pneumologue, gériatre, oncologue ou cardiologue) fait une prescription que le patient remet à son pharmacien. Celui-ci nous téléphone et nous allons installer le concentrateur à domicile. Nous sommes également agréés par l'Agence fédérale des médicaments pour la distribution de*



Chantal Hardy et Francis Thomas (fondateurs)

“ L'appareil peut être emmené en voiture, train, avion sans trop de problème.

médicaments et de dispositifs médicaux. Nous sommes avant tout une société de services. Un service de garde avec des assistants à domicile est disponible 24h/24 et 7jours/7 avec numéro d'appel gratuit pour tout problème technique ou toute commande urgente. »

6.000 appareils dans toute la Belgique

Oxycure Belgium sélectionne les appareils du fabricant allemand Kröber. « *Ce sont les plus confortables et les plus silencieux du marché avec 31 et 35 décibels. C'est très important pour un patient qui reste 16 ou 24 h avec un concentrateur dans la même pièce ou celle d'à côté. Les tubulures fournies avec l'appareil peuvent atteindre un maximum de 30 m, ce*

qui permet de placer l'appareil dans une autre pièce que le living ou la chambre à coucher. Il est monté sur roulettes, le déplacement de l'ensemble est aisé par rapport aux bouteilles. L'ensemble pèse 16 kg. Nous nous assurons que le patient et son entourage sachent réellement utiliser le matériel livré. Les accessoires nécessaires à l'application adéquate de la thérapie (canules, tuyaux, humidificateurs, filtres et adaptateurs si nécessaires) sont fournis à l'installation pour une période de 6 mois. Ils sont par la suite fournis automatiquement. Si le patient éprouve des difficultés dans l'entretien de l'appareil, pourtant un jeu d'enfant, nous nous en occupons sans frais supplémentaires. Pour les hautes thérapies, nous fournissons un deuxième appareil sans frais. La pureté de l'oxygène sortant est de l'ordre de 95 % avec un débit de 0 à 5l/min. L'appareil peut être emmené en voiture, train, avion sans trop de problème. Il procure à son utilisateur et à son entourage une autonomie un confort et une sécurité

sans pareil. » Comme l'appareil est électrique, une panne de secteur prive le patient d'apport d'O₂. Une bonbonne de secours peut être fournie avec l'appareil. Oxycure travaille dans toute la Belgique, avec actuellement 6.000 patients. La société emploie 35 personnes et développe un chiffre d'affaires en croissance constante. Il était de 11,5 millions d'euros en 2012.

OXYCURE BELGIUM

Parc d'activités économiques
Rue Léopold Génicot n° 9
à 5380 Fernelmont
Tél. : 081/22.15.90
www.oxycure.be

TV

TELEVESDRE

Présent ce 19 juin
à Pop-Up



DONNEZ DE LA HAUTEUR À VOS PROJETS !

TREMPLIN DISON

SALLE D'ÉVÉNEMENTS

Capacité: 600
Superficie: 750 m²

SALLE DE SPECTACLE

Capacité: 165/300
Superficie: 300 m²



BRASSERIE-RESTAURANT

CONTACT

info@tremplin-dison.be

NOS PARTENAIRES



Centre
culturel
Dison

Intermarché





[Deltatec]

UN SAVOIR-FAIRE TECHNOLOGIQUE

au service des industries wallonnes

- ▶ Bureau d'étude technologique spécialisé dans la conception de systèmes embarqués pour l'industrie, le spatial et l'audiovisuel
- ▶ 8 millions € de CA en 2013, 45 collaborateurs dont 30 ingénieurs
- ▶ Objectif: 10 millions de CA en 2015 et un recentrage sur les industries de la région

JACQUELINE REMITS

Deltatec affiche 25 printemps en pleine santé et prévoit de nouveaux développements. « *Nous sommes présents avec succès dans un certain nombre de marchés internationaux dans les domaines de la télévision et du spatial, où nous avons connu une forte croissance, commence Christian Dutilleux, l'un des 3 fondateurs et administrateur délégué. Notre objectif est de continuer notre développement dans le domaine industriel. Au cours de ces dernières années, nous avons étoffé notre potentiel technologique. Aujourd'hui, notre idée est de mettre notre savoir-faire au service des industriels wallons dans le développement de leurs nouveaux produits.* »

Créée en 1988 par 3 ingénieurs passionnés de technologie innovante, Christian Dutilleux, Michel Caubo et Olivier Roba, Deltatec est devenue au fil du temps leader dans les services d'ingénierie hardware, software et mécanique. « *Depuis le début, Deltatec est une aventure à 3. Et c'est encore le cas aujourd'hui. À l'époque, de nouvelles technologies arrivaient et nous nous sommes dit que ce serait génial de nous lancer dans cette miniaturisation de l'électronique. Et c'est ce que nous faisons depuis 25 ans. Notre métier consiste à rendre les nouvelles technologies accessibles aux industriels.* » C'est ainsi que Deltatec participe au développement de sociétés telles qu'EVS et Euresys. Dans les années 1990, la société étoffe son offre de services en maîtrisant d'autres technologies de pointe (traitement de signal, systèmes embarqués, etc.), en étendant son activité à l'informatique et à la mécanique et en proposant à ses clients de prendre en charge la fabrication de leurs produits. « *Nous intervenons depuis la rédaction du cahier des charges jusqu'à la réalisation du produit final, en passant par le développement, le prototypage, l'industrialisation, la certification et la fabrication.* »



Tout le personnel de Deltatec

99 % des ventes à l'export

Après 15 ans d'existence, Deltatec s'organise en business units et étend ses activités sur les marchés de la télévision et du spatial. « *Dans le domaine de la télévision, nous avons décidé de développer nos propres produits et de créer 2 sociétés pour les commercialiser. L'une se consacre à l'apport de graphismes virtuels pour les retransmissions sportives. L'autre à une gamme étendue de cartes d'acquisition et de restitution de flux vidéo.* » 99 % des ventes se réalisent à l'export, avec un développement important vers les États-Unis pour les cartes et vers la Chine pour le sport. Dans le secteur spatial, Deltatec développe des caméras d'observation et des ordinateurs de bord qui sont embarqués dans des satellites. « *Lors de la crise économique qui a touché l'Europe dès 2001, nous aurions pu alléger notre structure, indique Christian Dutilleux. Au contraire, nous avons décidé d'investir dans de nouvelles technologies et activités qui supportent aujourd'hui la forte croissance de l'entreprise.* »

Des alliances technologiques avec les plus grands

Pour rester à la pointe, Deltatec investit continuellement dans la R&D, seule ou avec des partenaires externes. Des alliances technologiques

avec Fujitsu, Xilinx, Microsoft et Texas Instruments lui assurent un accès privilégié aux nouvelles solutions technologiques.

Deltatec dispose aussi compétences acquises au travers de projets complexes comme la réalisation de la caméra du satellite Proba2 permettant de mesurer les éruptions solaires, la conception du système de contrôle qualité Glaservision pour identifier les défauts de l'ordre du millimètre dans les verres de grande qualité, installé dans diverses usines du groupe AGC en Belgique, Italie et Russie. Citons encore la création d'outils graphiques pour la télévision chinoise dont une version interactive a été fournie pour l'Euro 2012 ou l'automatisation complète du jeu 71 diffusé par RTL-TV.

Avec un chiffre d'affaires en forte croissance depuis 5 ans et une équipe de 45 collaborateurs, Deltatec peut construire sereinement son avenir, tournée vers les entreprises wallonnes.

Christian Dutilleux (co-fondateur) :
« Depuis le début, Deltatec est une aventure à trois, et c'est encore le cas aujourd'hui »



DELTADEC SA

Rue Gilles Magnée n° 92/6 à 4430 Ans
Tél. : 04/239.78.80 - www.deltatec.be

BUSINESS GLACE MEETING

MERCEDES BARVAUX - 28 AVRIL 2014

Initié en 2013, les Business Car Meetings sont des événements de networking destinés à promouvoir une marque, un garage ou une nouvelle voiture.

À l'occasion de la sortie du nouveau Mercedes GLA, l'habituelle appellation de ce concept événementiel avait été troquée en Business GLAce Meeting. Un nom cryogène invitant la CCI à organiser cet événement dans un cadre tout aussi réfrigérant : la Patinoire de Liège.

C'est donc à même la piste de glace que les participants ont pu découvrir le nouveau crossover de Mercedes spécialement amené pour l'occasion par le Garage Barvaux. Chaussés de patins, les plus audacieux participants ont même pu admirer le bolide de plus près.

En dépit d'une température intérieure inférieure à 15°, chaleur et convivialité régnaient au sein de la patinoire.

C.L. © SAMUEL SZEPETIUK

LÉGENDE :

- 1: Les participants réunis sur la mezzanine de la Patinoire de Liège
- 2: Discours de Serge BARVAUX (Garage Barvaux)
- 3: Présentation du nouveau GLA par Alain THIRY (Garage Barvaux)
- 4 > 5: GLA on Ice
- 6: Julie BARBASON (Hotel Neuvise) – Sarah WECK (Cible Communication) – Philippe CARL (Ceran Lingua International)
- 7: Georges NIKOLAIDIS (Technifutur) – Jean VANDERWAEREN (ATV Logistics)
- 8: Samuel BRAGARD (Enersol) – Pascual ECHEVARRIA (4m Europe)
- 9: Luc RONSSE (Revica) – Géraldine DELVAUX (Select Human Resources)
- 10: Anne DIMMERS (Captel) – Didier ZOVI (Euro Fides) – Pierre DEMOULIN (Acteo Cabinet d'Avocats) – Christine RUWET (Captel)
- 11: Michel GOBBESSO & Yves NELIS (Buro 5)





MADE in ANDENNE

5 MAI 2014 – JUMATT C.L. © YVES GOETHALS

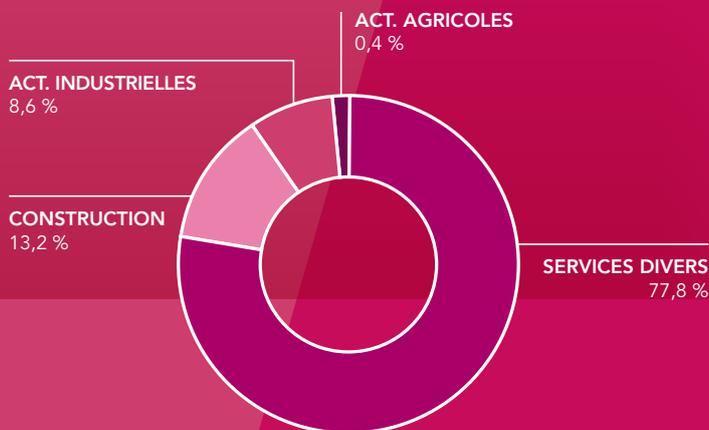
Véritables noyaux de PME et d'indépendants, Andenne est une ville en plein développement économique. Boostée par des projets urbanistiques et de logements, l'entité s'apprête également à accueillir de nouveaux parcs d'activités économiques. Les raisons d'y faire une halte dans le cadre du programme MADE IN étaient donc nombreuses.

Établie à Andenne depuis 35 ans, la société JUMATT avait endossé la casquette d'hôte de la soirée. L'occasion de célébrer la collaboration née entre la CCI et cette entreprise de construction qui, depuis ce mois de mai, est devenue le sponsor structurel du programme MADE IN.

Au terme du profil socio-économique d'Andenne dressé par le BEP, les 130 participants ont pu découvrir diverses vidéos consacrées à des producteurs andennais (Ateliers Robert, Fondatel-Lecomte, Dumoulin...) avant de s'adonner à une traditionnelle séance de networking.

ANDENNE : LES CHIFFRES CLÉS

- Superficie (km²): 80
- Nombre d'habitants: 25.906
- Nombre de salariés: 6.000
- Nombre d'indépendants: 1.700
- Nombre d'entreprises: 445 (= 66% des postes de travail)
- Nombre d'établissements publics: 45 (= 34% des postes de travail)



LÉGENDE :

- 1 Visite de l'usine avec les équipes de chez Jumatt
- 2 Jean-François Coutelier (Vice-président de la CCI Liège-Verviers-Namur)
- 3 Fernando De Sousa à Silva (Directeur général de Jumatt)
- 4 Claude Eerdekens (Bourgmestre d'Andenne)
- 5 - 7 Séance académique mettant en avant le potentiel socio-économique d'Andenne
- 8 Walking dinner et mise en réseau des chefs d'entreprise
- 9 Jean-Louis Henry (Cobelba), Danielle Elias (ETA Fournipac), Claude Doumier (Synchrosoft), Jean-François Latine (Jumatt)
- 10 Bertrand Van Den Dooren (Expansion), André Magonette (Group S), Luc Absil (Deloitte Fiduciaire), Isabelle Storder (Promandenne), David Franeau (Transacteo)
- 11 Alexandre Clercq (Indexx Capital), Gérard Vandevenne (Issol), Jean Lemaître (Lem Interim), Thierry Jacquemin (Jumatt), Didier Delannoy (Chocolaterie Gabao), Elisabeth Del Medico (Linguistic Academy)
- 12 Simon et Marc Fabry (Schreiber), Benoît Brouwers (Dumoulin)
- 13 Stephan David (Fondatel Lecomte), Eric Deglin (CBC Banque)



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



RETROUVEZ LES VIDÉO-REPORTAGES
 CONSACRÉS À 4 FABRICANTS ANDENNAIS SUR
www.youtube.com/madeinccconnect

LES 10 ANS DE LA FUSION ENTRE LES CCI DE LIEGE

HALL DU PAIRE (PEPINSTER) - 12 MAI 2014

Voici exactement 10 ans, les Chambres de Commerce de Liège et de Verviers décidaient d'unir leur destinée pour constituer la plus grande CCI de Wallonie. Un anniversaire dignement fêté lors d'une soirée au Hall du Paire où se sont pressés 400 dirigeants d'entreprise.

Organisé à quelques jours des élections, cet évènement a débuté par un débat opposant 8 ténors de la politique : Alain Mathot (PS), Philippe Leerschool (PS), Pierre-Yves Jeholet (MR), Daniel Bacquelaine (MR), Melchior Wathelet (CDH), Marie-Martine Schyns (CDH), Muriel Gerkens (ECOLO) et Jean-Michel Javaux (ECOLO).

Animé par Françoise Bonivert (RTC) et Urbain Ortmans (Televesdre), cette "joute" verbale axée sur la thématique « Et les entreprises dans tout ça » fut humoristiquement pimentée par les traits de crayon de Pierre Kroll.

C.L. © STEPHAN KERFF

LÉGENDE :

- 1 - 4: Dessins de Pierre Kroll sur les 10 ans de la fusion
- 5: Bruno Venanzi (Lampiris), Alain Matrige (Quest for Talent) et Régis Kampangala (Image & Communication)
- 6: Gisèle Schyns (Schyns Peugeot) et David Eloy (Discar)
- 7: Michel Grignard (Président honoraire de la CCI) et Françoise Bonivert (RTC)
- 8: Thami Larak (Sotraliège) et Louis Vangramberen (ING Belgique et Administrateur de la CCI)
- 9: Dominique Petta (4M Europe) et Bernard Dechambre (Lonza Verviers)
- 10: Alain Mathot (PS), Philippe Leerschool (PS), Pierre-Yves Jeholet (MR), Melchior Wathelet (CDH), Daniel Bacquelaine (MR), Muriel Gerkens (ECOLO), Jean-Michel Javaux (ECOLO), Marie-Martine Schyns (CDH)
- 11: Olivier Colle (Moustic)
- 12: Jacques Thomas (Président honoraire de la CCI)
- 13-14: Débat des têtes de liste sur « Et les entreprises dans tout ça ? »
- 15: Pierre Kroll, Françoise Bonivert (RTC) et Urbain Ortmans (Télévesdre)
- 16: Alexandre Grosjean (Président de la CCI Liège-Verviers-Namur)
- 17: Le duo musical composé de Freddy Borguet et Solange Nys
- 18: Louis et Olivier Eloy (Eloy) aux côtés de Brice Leidgens (Leidgens)



ET DE VERVIERS



YOUNG CCI NETWORK

MASAÏ GALLERY - 21 MAI 2014

C'est dans un cadre exceptionnel que s'est tenue la dernière soirée du réseau YCN. Fondateur de la Masaï Gallery, une société spécialisée en taxidermie, l'entrepreneur Christian Polis nous a ouvert les portes de son antre pour une visite inédite de sa collection personnelle. L'occasion pour les participants de découvrir le minutieux travail de naturalisation opéré sur des centaines d'animaux en provenance des cinq continents. Une deuxième vie pour ces félins, reptiles ou oiseaux, décédés de mort naturelle, et à qui la Masaï Gallery a rendu leurs plus belles expressions.

Présidé par Bruno Venanzi (GEO - Lampiris), YCN est :

- un réseau de 700 chefs d'entreprises âgés de moins de 45 ans
- visant à favoriser les relations d'affaires entre jeunes patrons
- autour d'un programme d'activités exclusivement réservé à cette cible

C.L. © STEPHAN KERFF

LÉGENDE :

- 1 :** Simon Micha et Sylvie Del Rio (CCI LVN), William Gresse (Lampiris Pro), Gregory Schoorman (Business Center Wallonie), Thomas Brayeur (Aderis)
- 2 :** Philippe Theis (Electrovox) et Claudy Lejeune (Remondis)
- 3 :** Brice Rycerski (B-Fisc), Judith Michel (Sleev'In) et Giovanni Salvo (GG World)
- 4 :** Christian Polis (Masaï Gallery), Jean Lemaître (Lem Interim), Thierry Streel (CCI LVN), Bruno Venanzi (Lampiris)
- 5 et 5 bis :** Visite de l'une des plus grandes collections privées européennes de taxidermie
- 6 :** Apéritif spécial Mojitos concoctés par Francis et son équipe
- 7 :** Thierry Dumont (Visible) et Pierre-David Masset (Lumin'Art)
- 8 :** Simon Micha (CCI LVN) et Grégory Giltay (Iris Finance Services)
- 9 :** Bruno Venanzi (Président de YCN) et Alexandre Grosjean (Président de la CCI LVN)
- 10 :** Christian Polis et l'équipe de la Masaï Gallery : Majo, Kate et Nicolas
- 11 :** Assemblée du Young CCI Network
- 12 :** Gilles Foret (CCI LVN) et Christian Polis (Masaï Gallery)
- 13 :** Luc Warichet (Tecteo Energy), Dimitri Remacle (Slide +), Didier Smet (BDO) et Sébastien Grutman (Bernard Construction)
- 14 :** Benoît Levaux (SFX)
- 15 :** L'équipe de « La Frite », Audrey et Fabian







Des outils pratiques pour une communication responsable

Depuis 20 ans, le concept de développement durable s'est invité dans le monde de la communication. Une arrivée à l'origine de maladresses, de messages instrumentalisés... mais aussi d'idées novatrices. Loin des blablas théoriques, un collectif d'auteurs (coordonné par Virginie de la Renaudie et Magali Ronsmans) nous livre un condensé d'expériences de terrain. Un savoir-faire accessible, source d'inspiration pour tout un chacun.

CÉLINE LÉONARD

► **CCIImag' : En quoi cet ouvrage se distingue-t-il des (nombreuses) autres publications traitant du développement durable ?**

Virginie de la Renaudie : « Magali Ronsmans et moi connaissons bien le monde de la communication. Nous y avons trouvé multitude de réflexions théoriques mais finalement très peu d'écrits sur des cas pratiques, des retours de personnes ayant essayé de communiquer de manière plus responsable. De ce constat est née l'idée de constituer un collectif d'une quinzaine d'auteurs – consultants, créatifs, chefs d'entreprises, responsables d'association – pour que ceux-ci nous fassent part de leur expérience de terrain, de leurs bonnes pratiques en matière d'intégration du développement durable dans la communication. Des pistes concrètes donc le distinguant d'autres ouvrages. »

► **CCIImag' : À quel public se destine ce livre ?**

V. de la R. : « Ce livre s'adresse aussi bien aux entreprises privées que publiques, aux associations, aux chargés de communication, experts, consultants... À l'instar de nos auteurs qui viennent d'horizons divers, cet ouvrage ne se destine pas à un secteur plutôt qu'un autre. Nous avons la conviction que pour arriver à des résultats probants en matière de communication durable, un nécessaire décloisonnement des visions et des savoirs s'impose. »

► **CCIImag' : Comment s'articule le contenu ?**

V. de la R. : « Il se divise en 4 grands chapitres : l'émergence des nouvelles pratiques de communication liées au développement durable ; un partage de bonnes pratiques d'acteurs inscrits dans le développement durable ; une méthodologie permettant de communiquer différemment favorisant l'intelligence collective ; l'évolution des pratiques et des outils de communication permettant des pratiques plus responsables. »

► **CCIImag' : Si vous deviez formuler une recommandation en matière de communication durable aux entrepreneurs qui nous lisent...**

V. de la R. : « Il y en a plusieurs. La première d'entre elles serait assurément de se poser les bonnes questions. Alors qu'elles sont animées de bonnes intentions, nombre d'entreprises commettent des maladresses. Elles mettent en avant de petites avancées, se concentrent sur des détails... Un exemple ? Prenons le cas d'une société qui souligne qu'elle imprime sur du papier écologique alors que, dans le même temps, elle multiplie les impressions de supports qui finiront dans les caves. Où est le bon sens dans tout cela ? »

► **CCIImag' : Quels sont les principaux freins des entreprises ne prenant pas le train de la communication durable ?**

V. de la R. : « Ce choix résulte, avant tout, d'une méconnaissance du domaine. Elles ne savent pas où commencer. Raison pour laquelle nous avons exposé dans le livre comment faire le premier pas. Elles ont aussi certaines idées reçues par rapport aux coûts que cela engendre. Or, si la démarche est bien construite, bien pensée, elle peut s'avérer moins onéreuse qu'une communication traditionnelle. Le temps est un autre facteur avancé. Cela va plus vite de faire ce que l'on connaît, de rester dans sa zone de confort. Mais une fois que la réflexion a été menée en amont, la mise en œuvre d'une communication durable n'est pas plus chronophage. »

► **CCIImag' : La communication durable n'est-elle pas davantage l'apanage des grandes entreprises ?**

V. de la R. : « Non, elle n'est vraiment pas réservée aux grandes sociétés dotées d'un département com'. Elle est accessible aux PME, aux TPE et même aux indépendants. »



Virginie de la Renaudie

Virginie de la Renaudie :

co-fondatrice et associée, pendant 5 ans, d'une des premières agences de communication responsable lancées en Belgique, elle est aujourd'hui, consultante et formatrice en communication sociale.

Magali Ronsmans :

après avoir travaillé comme consultante en relations presse en agence traditionnelle, elle a rejoint une agence spécialiste des thématiques durables. Aujourd'hui, consultante en relations publiques et attachée de presse, elle se consacre aux thématiques sociales et environnementales pour assurer des missions de consultance, de gestion de projet et de rédaction.

« **COMMUNICATION ET DÉVELOPPEMENT DURABLE : POUR DES PRATIQUES PLUS RESPONSABLES** »

Virginie de la Renaudie et Magali Ronsmans, Edipro, 200pp. 29 €. www.edipro.eu



À noter : l'ensemble des droits d'auteurs de cet ouvrage sera reversé à l'asbl ASHOKA Belgique, réseau d'entrepreneurs sociaux.

*pour les PME
et entreprises*

Faire avancer les choses, c'est toute la magie de l'énergie.

Demandez votre
offre personnalisée
au **03 270 68 79** ou
sur **www.essent.be**

Être le moteur silencieux de nombreuses entreprises, telle est la volonté d'**essent.be**. Pour obtenir la satisfaction de nos clients, nous garantissons un service optimal et des prix compétitifs. Vous vous concentrez sur votre entreprise, pendant que nous mettons toute notre énergie au service de votre ambition.

Pour que vous puissiez profiter de manière optimale du gaz et de l'électricité: c'est l'engagement d'**essent.be**.

Notre énergie. Une source de plaisir.

-essent.be 

L'IMPORTANT N'EST PAS DE PARTICIPER



superpink & ribs

CREATIVE

WEB

GAMING

MULTIMEDIA

MARKETING