

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

cci mag

MENSUEL N° 06
JUN 2014
ÉDITION BRABANT WALLON -
HAINAUT - WALLONIE PICARDE

L'INVITÉ

Jean-Christophe Parent
(WALIBI)

PROMOTEUR DE LIENS
ENTRE GÉNÉRATIONS...

Dossiers

**REBRANDING
NOUVELLE IMAGE,
NOUVEL ENVOL?**

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

www.ccimag.be

Franchissez le mur de la langue...

... avec le service
traductions de vos CCI!

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

Mais...

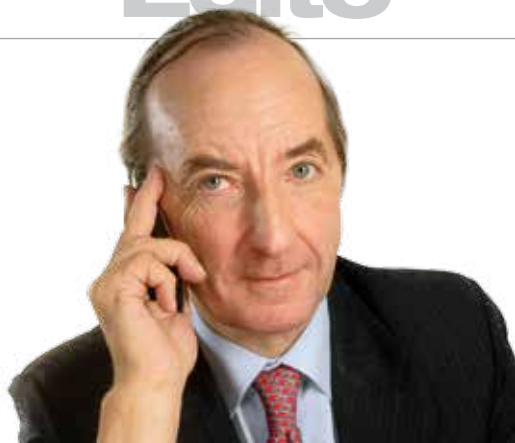
Vous n'avez pas les compétences en
interne pour faire traduire soigneusement
vos documents commerciaux.
Vous estimez qu'une traduction professionnelle
grèverait lourdement votre budget.

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

- pour toutes vos traductions techniques et commerciales
- pour vos brochures et site internet
- afin de bénéficier de tarifs très intéressants
(possibilité de réduction de 50 % HTVA)



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



Changement d'image, oui mais...

De nombreux entrepreneurs questionnent les Chambres de Commerce et d'Industrie sur l'intérêt de changer ou modifier leur logo. Ils sont souvent persuadés que l'image n'a que peu d'importance aux yeux des clients déjà existants. Il est vrai qu'une bonne réputation peut se bâtir sur la qualité de ses services et sur une relation de confiance. Mais à terme, est-ce suffisant pour conquérir de nouveaux marchés? La réponse est claire: non, cela ne suffit pas. Souvent dotées d'une image conçue rapidement lors de leur création par manque de moyens, les entreprises peuvent voir leur croissance freinée par ce reflet peu représentatif de leur dynamisme. Lorsque le vent tourne positivement, il devient indispensable de se positionner par rapport à la concurrence et d'afficher une image forte et fiable.

Ce changement doit être signe d'une évolution et synonyme de progression. Un bon logo doit être étudié pour durer dans le temps et sa refonte doit intervenir à un moment clé de l'histoire de votre entreprise. La stratégie du rebranding doit réellement s'accompagner d'une justification du changement, prise en compte dans un plan d'actions.

Repenser l'image d'une entreprise est une démarche très délicate et tout aussi importante que le fut sa création. Il ne s'agit pas de simplement retoucher un logo, modifier une forme ou changer une couleur. Un logo doit véhiculer des valeurs et répondre à un positionnement défini au sein d'un marché et de ses concurrents. Il est donc primordial de se faire accompagner par des professionnels pour ne rien laisser au hasard!

Ce CCI mag' devrait vous fournir quelques pistes à explorer.

PAUL BERTRAND,
PRÉSIDENT DE LA CCI WAPI



Les entreprises peuvent voir leur croissance freinée par un « reflet » peu représentatif de leur dynamisme.

CCI Brabant Wallon

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

CCI Hainaut

Siège de Charleroi
Avenue Général Michel 1c - 6000 Charleroi

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

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

CCI Wallonie picarde

Siège de Mouscron
Boulevard industriel, 80 - 7700 Mouscron

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



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

Éditeur responsable
Céline Squéart

Chef d'édition

Stéphanie Heffinck
Tél. 067/89.33.36
stephanie.heffinck@ccibw.be

Publicité

Solange Nys
04/341.91.67
solange@ccimag.be

Journalistes

Alain Braibant, Camille Desauvage, Stéphanie Heffinck,
Céline Léonard, Bob Monard, VDA

Dossiers

Stéphanie Heffinck, Céline Léonard

Photos

Invité du Mois: EH-Reporters

Maquette et mise en page

Mwp Communication - www.mwp.be

Impression

AZ Print

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

I ♥ M²⁰¹⁵ MONS

Mensuel N° 06
 Juin 2014
 EDITION BRABANT WALLON
 HAINAUT - WALLONIE PICARDE

L'invité

Jean-Christophe Parent 4
 Walibi

Le sens du service anime le Directeur du célèbre parc d'attractions Walibi. Logique : Jean-Christophe Parent, en début de carrière, est passé par le Club Med. Ce « généraliste qui sait s'entourer d'experts » envisage de profondes mutations pour un lieu emblématique de divertissements...



Analyse sectorielle

Comme sur des roulettes ! 8

Dans la construction, le sport et tant d'autres domaines, la roue est primordiale. Découvrez des entreprises qui l'utilisent, d'une façon ou d'une autre...



Dossier

Rebranding : nouvelle image, nouvel envol ? 13

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** 14

• **Ils ont sauté le pas** 15

• **Combien coûte un logo ?** 16

• **Les erreurs à ne pas commettre** 17

• **Dernière étape : protégez votre nouvelle identité** 17

Formation

GO2REVE :
 de plain-pied dans la réalité d'un métier 11

« Go2REVE » tisse des liens entre les écoles secondaires et les entreprises. Une collaboration des 8 associations locales d'entreprises, encouragée par la CCIBW et soutenue par la Jeune Province...



Dossier

« J'ai mal à l'entreprise. Des remèdes, Docteur ? » 19



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.

Honest Talk

Jean-Marie Becker 28
 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.



En bref

L'actualité du chef d'entreprise 34

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!





Economie en images

Depairon : du linge sur la planche

30

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



Boîte à outils

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

36

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.



D. Thibaut (DTMC)

Portraits

AEPS : former et être évalué à l'anglais de l'aéronautique

41

En tandem avec Juliette Bodson, Olivier Thäon a fondé « AEPS », la seule école en Europe et l'une des rares dans le monde à proposer des formations d'anglais pour pilotes et à organiser l'épreuve « ELP ».



O. Thäon et J. Bodson

EASYPAY :

votre accompagnateur en ressources humaines

42

Easypay offre des services de proximité. Son métier : connaître les limites et avertir ses clients si ces dernières sont dépassées...



L'équipe d'EASYPAY Tourism

N. Salembier

Nadine Salembier

Diffusion : la référence beauté dans le monde

43

Nadine Salembier est à l'origine de produits de beauté à la pointe de la recherche, mais également de l'Arrêté limitant l'accès à la profession.

Automobile

Les vacances, c'est après-demain !

39

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.



Vie de nos entreprises

Nos entreprises bougent !

44

Vesuvius a installé le siège mondial de son activité «Flow Control» à Ghlin ; Sybermat et «Wow Technology» ont conclu un partenariat stratégique... Compte-rendu en ces pages.



Echos des CCI

Cadres, renforcez vos activités internationales...

45

En 2012, les Chambres de Commerce & d'Industrie ont lancé, ensemble avec ICC Belgique, « International Trade Executive Programme (ITEP) ».

Interview du DG de la Fédération des CCI belges et points forts du programme...



W. Van Gulck, DG de la Fédération des CCI belges

Echos de la CCIBW

Les activités de la CCI du Brabant wallon

47

Dix orateurs ont exposé leurs activités lors du dernier midi d'affaires « 10/10 » de la Chambre de Commerce & d'Industrie...



Echos de la CCIH

Les activités de la CCI du Hainaut

49

Le compte-rendu du Business Lunch débat organisé par la CCIH à la « Géode » (Charleroi), avec, comme invité d'honneur, le professeur Dr Bruno Colmant (UCL et Vlerick Business School).



Echos de la CCIWAPI

Les activités de la CCI de Wallonie picarde

51

L'Assemblée Générale de la CCI Wapi et un Wapi tour de la Chambre... à la nouvelle prison de Leuze !





JEAN-CHRISTOPHE PARENT (WALIBI)

PROMOTEUR DE LIENS ENTRE GÉNÉRATIONS...

- ▶ Le parc Walibi fêtera l'an prochain ses 40 ans
- ▶ Il accueille 1.200.000 visiteurs annuellement
- ▶ Sous la houlette de son DG, il entame une profonde mutation

STÉPHANIE HEFFINCK - © EH-REPORTERS

Il envie les passagers du « Psyké Underground » qui atteignent 85 km/h en 3 secondes ! Jean-Christophe Parent voudrait, au même train d'enfer, mener à son terme les grands projets qu'il imagine pour « son » parc. Dans les 5 à 10 années à venir, prévoit-il, il aura mis sur les rails cette « transformation totale » pour l'enseigne au walabi. Prudent, le Directeur général se montre très sibyllin sur le sujet. Suite au prochain épisode... Licencié en sciences commerciales et consulaires, le boss de Walibi Belgium a été nourri au biberon du Club Med par lequel il débuta sa carrière. La formidable école de formation en « people management » laissa en lui des traces indélébiles. « J'y ai appris le sens du service et mon métier. Même si cela faisait partie de mon ADN naturel sans trop le savoir ».

Engagé en 2001 en tant que contrôleur général du parc d'attractions, il occupa ensuite le poste de Directeur administratif et financier jusqu'en 2008. Après une petite parenthèse durant laquelle il créa sa société de consultance, il réintégra la société qui n'avait cessé d'occuper son cœur et ses pensées. « En juin 2011, on m'a demandé de remplacer le Directeur du site, parti à l'étranger. Je devais assurer l'intérim durant 3 mois, mais on m'a gardé ! » fait-il observer avec satisfaction. Le quadragénaire a connu trois actionnaires : « Six Flags », - le changement de la marque et la disparition du kangourou, une erreur de stratégie (sic) -, « Palamon Capital Partners » et la « Compagnie des Alpes ». Même si le métier historique de cette dernière relève des beaux domaines skiables, l'entreprise est aussi derrière des réussites comme celles du Futuroscope ou du Parc Astérix, notamment. En Belgique, outre Walibi et Aqualibi, le groupe est également à la tête de Bellewaerde. La « CDA » y ajoutera prochainement le futur parc à thème « Spirouland » sur le plateau du Heysel...

Coup de cœur

« Je suis partagé entre 2 coups de cœur ; alors, je vous livre les 2 : tout d'abord, la réouverture du Psyké qui revitalise une zone du parc. Bien davantage, l'attraction tisse des liens au sein des familles. Les nostalgiques qui en ont vécu les frissons jadis partagent leurs souvenirs avec les plus jeunes qui vivent pleinement les sensations extraordinaires d'une attraction tout à fait « revisitée ». Pour l'anecdote, les travaux se sont enlisés un certain temps, mais nous ne sommes pas peu fiers d'être repartis pratiquement de zéro en plaçant sur le projet nos propres équipes techniques qui ont prouvé tout leur savoir-faire !

Mon second coup de cœur va à notre culture « STAR » ; à l'origine initiée par notre ancienne directrice en Ressources humaines, elle est désormais appliquée dans tous les parcs de loisirs du groupe. Son optique est de magnifier le personnel et de lui donner les clés pour mieux servir les visiteurs. Le résultat : des collaborateurs plus professionnels, mieux dans leurs baskets, qui appréhendent bien leur job et des clients très satisfaits ! La culture « STAR » s'articule autour de 4 axes principaux : en premier lieu, l'axe « be safe ». Chaque meeting matinal rappelle l'importance de la sécurité et de l'accueil du client. Tous les jours, les départements maintenance et « attraction » opèrent leurs contrôles techniques et opérationnels. Au moindre doute, on n'actionne pas l'attraction.

Deuxième axe : le « try my job ». Les collaborateurs sont librement invités à « essayer » le job du voisin pour en percevoir les spécificités et difficultés. Je me suis moi-même prêté à l'exercice à la costumerie. C'est très enrichissant pour identifier les zones de progrès. Le 3^e axe : « hands on », est à traduire par « Je suis conscient du job que j'ai et je le fais comme un pro. En d'autres termes, « les mains dans le cambouis » ! Et le dernier, qui a été qualifié d'effet « Waouh » ! Pour déterminer la personne ou l'équipe qui peut décrocher cette distinction, nous nous en référons notamment aux retours d'expériences de visiteurs »



“

Je suis un 'généraliste' qui sait s'entourer d'experts, les écouter et synthétiser les points de vue pour faire avancer l'entreprise

Notre professionnalisme et notre efficacité
au service de **votre sérénité et votre prospérité.**

Rendez-vous sur **etugest.net**

Bureau d'experts comptables - Conseils fiscaux

Tél: + 32 (0)2 569 00 12

Rue du Château d'eau 29 - 1420 Braine-l'Alleud

Place Dailly 5 - 1030 Bruxelles

Pedestraat 91 - 1602 Vlezenbeek

Etugest N.V.
S.A.
Accountancy

pme
consult
Avec vous pour réussir

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

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

- Conseils
- Formation
- Diagnostic global
- Coaching
- Transmission

Contact : info@pme-consult.eu

www.pme-consult.eu

agréés par



cci mag'

"Le Business
news magazine" des CCI wallonnes



INFOS:
Solange NYS
solange@ccimag.be



UTILISEZ-LE POUR VOTRE COMMUNICATION
VERS LES ENTREPRENEURS DE WALLONIE



En moyenne, notre parc occupe 350 équivalents temps plein sur l'année



BIO EXPRESS

- ▶ 1969 : Naissance à Rocourt (Région liégeoise)
- ▶ 1996 : Première expérience au Club Med
- ▶ 2001 : Intégration dans le groupe Six Flags et premiers pas dans le monde des parcs d'attractions
- ▶ 2008 : Création de sa société de consultance
- ▶ 2011 : Devient directeur du site Walibi Belgium
 - Diplômé de l'ISC Saint Louis (Licence) et de la Solvay Brussels School EM (Executive Master en Management)
 - Certificat en People & Organisation UCL (2014)

« IL ÉTAIT UNE FOIS... »

▶ Qu'est-ce que les bonnes fées vous ont donné ?

« Un sens de l'écoute attentive de mes collaborateurs. Et l'ambition : celle de relever de grands défis pour Walibi, dans la décennie qui se profile. Mais il est prématuré d'en parler aujourd'hui ».

▶ Mais qu'ont-elles oublié ?

« Elles auraient pu me donner un peu plus de zénitude ! (rires) »

▶ Par quoi/qui ne vous en laissez-vous pas conter ?

« Par les personnes qui font de trop belles promesses ! »

▶ Vous frottez votre lampe magique pour ?

« Pour accélérer la transformation du parc ! »

▶ Plus que les grandes dents de Mère-grand, que craignez-vous ?

« Les « amis » armés de longs couteaux aiguisés ! »

▶ Vous ne croyez plus aux citrouilles qui se transforment en carrosses depuis que...

« Disons que je suis trop réaliste et pragmatique pour y croire (rires) ! »

▶ D'un coup de baguette magique, que supprimeriez-vous ?

« La course au profit ! À trop penser profit, on risque d'échouer. Le profit ne doit pas être le but ultime à atteindre, mais la résultante des projets et actions menés ! »

▶ Votre mot de la fin ?

« Vive l'humain ! »

Coup de force

« Le coup de force de la création du parc revient à Eddy Meeus. Les débuts furent vraiment très rudes et l'on craignait que Walibi ne passât pas l'hiver ! Mais à l'heure actuelle, la marque est très forte, son taux de notoriété spontanée se chiffrant à 94 % ! Les Belges se la sont pleinement appropriée. Le parc a toujours été innovant, mettant en service des attractions comme le « Sirocco », révolutionnaire pour son époque. L'an passé, on a relancé le « Psyké Underground » : tout a été refait dans l'attraction : les effets spéciaux, la rampe de lancement, etc. Le « shuttle loop » est unique en Europe.

Aujourd'hui, un coup de force est certainement aussi la reconfiguration de l'organisation : elle est plus claire, plus fluide, la communication passe mieux entre les divers départements réorganisés. On travaille sur une stratégie à 10 ans. C'était le moment de le faire et la société s'apprête à connaître un nouvel élan : nous nous attelons à la muter en « Walibi 2.0 », ce qui est essentiel à sa sauvegarde. On parle davantage à nos clients. À l'extérieur et à l'intérieur du parc, notamment au travers d'une application de géolocalisation qui leur donnera, cette saison, toutes les informations sur les files d'attente aux attractions, le point de restauration le plus proche, etc. »

Coup de gueule

« Les politiques ne prennent pas au sérieux le secteur des attractions et du Tourisme. Pourtant, ce dernier représente 5 % du PIB wallon et procure quand même 60.000 emplois ! Ce n'est pas une matière de seconde zone à attribuer à « n'importe quel » Ministre. Il faudrait, à minima, la rattacher au Ministère de l'Économie. Ce secteur doit se traiter à un niveau global, avec une vue d'ensemble ; c'est une matière qu'on ne doit pas régionaliser et qui peut encore être développée !... »

WALIBI BELGIUM

Bd de l'Europe, 100 - 1300 Wavre
Tél. : 010/42.16.01
www.walibi.be

COMME SUR DES

Si vouloir voler comme un oiseau reste l'un des principaux défis de l'homme, l'utilisation de la roue est, elle, indissociable du génie humain sur terre. Que cela soit pour se déplacer, pour la construction, pour les nouvelles technologies, dans le sport, dans l'énergie... Et que dire des expressions qui ont traversé le temps : « Tout va sur des roulettes », « Rouler sa bosse ». Bref, cela

roule toujours pour nous. Quel que soit notre mode de transport - y compris même l'avion -, chacun utilise la roue. Est-il possible d'imaginer un grand chantier sans des engins roulants ? Petit florilège de l'utilisation contemporaine de roues et de roulettes.

SÉBASTIEN ETIENNE

DELAUNOIT, l'Afrique comme autre continent



Des conséquences bénéfiques après coups de la crise de 2008. Voilà la situation peu banale qu'a connue la société Delaunoit. Avec un coup de pouce de l'AWEX, cette entreprise familiale, spécialisée dans les ponts roulants, a saisi l'occasion pour se tourner vers le marché africain. L'entreprise, dont le siège central est à Fleurus, compte aujourd'hui des divisions en Afrique (Côte d'Ivoire, Tunisie, Algérie et Turquie). « *Notre chiffre d'affaires a quadruplé grâce au marché africain* » confie l'administrateur-délégué, Jacques Delaunoit. L'entreprise active dans 4 secteurs - grands travaux, énergie, transport, pétrochimie/chimie/nucléaire - a, par exemple, été associée au port de Kinshasa. En Belgique, la SNCB reste l'un de ses clients fidèles. « *En Afrique, nous avons été reconnus grâce à la notoriété que nous avions en Belgique* » souligne le patron. Fort de son expérience africaine, Jacques Delaunoit fut le parrain économique de l'« Africa-Belgium Business week » qui s'est tenu, début avril, à Charleroi et qui a réuni décideurs politiques et économiques de Belgique et d'Afrique.

DELAUNOIT

Rue de Berlaimont, 35 - 6220 Fleurus
Tél. 071/30.90.60 - www.delaunoit.be

LEGENDBIKE, le mythe italien sur deux roues

L'Italie a aussi conquis le monde grâce au charme de ses bolides. À quatre roues et aussi - voire, surtout, diront certains - à deux roues. Petite par la taille, mais grande par le mythe qu'elle incarne, la Vespa a traversé les époques. Le magasin Legendsbikes, à Wauthier-Braine, en fait sa spécialité. Ce commerce est concessionnaire officiel de la marque Piaggio Vespa. Et pour les fanatiques et collectionneurs, Legendsbikes est aussi restaurateur des modèles datant des années 60-70. Une activité encore complétée par un magasin de pièces détachées, situé à Fleurus, uniquement pour Vespa, naturellement... Pour entretenir la légende, ce spécialiste est enfin partenaire de rallyes avec le deux-roues italien.



LEGENDBIKE

Chaussée de Tubize, 73
1440 Wauthier-Braine
Tél. 02/366.04.51
www.legendsbike.eu

ROULETTES...

B2SEE, les deux pieds sur un Segway



Envie de découvrir un autre moyen de locomotion que le classique vélo pour un moment de détente? Essayez le Segway... Ce drôle de gyropode se manie debout au-dessus de deux roues à l'aide d'un manche. À Nivelles, la ville avait fait, voici quelques années, l'acquisition de Segway pour... la police. L'agence B2SEE propose pour sa part à tout un chacun de s'essayer au Segway au travers d'initiations avec des balades encadrées. Des formules incentives complètes sont proposées pour les entreprises. Et, paraît-il, il ne faut qu'un petit quart d'heure pour apprendre la conduite d'un gyropode. Un moyen de locomotion tout terrain. Bitume, chemin de campagne, bois... B2SEE propose, par exemple, des parcours encadrés à Louvain-la-Neuve, Namur ou sur le site de la Bataille de Waterloo. L'équipe peut se déplacer lors de journées d'incentive en extérieur.

MOVE ATTITUDE (B2SEE EVENTS)

1348 Ottignies-Louvain-la-Neuve
Tél. 0470/61.69.98 - www.moveattitude.be

ECOPROJECT, des petites billes dans des murs creux



Isoler un mur creux avec des petites billes de polystyrène de 4 millimètres. Le concept a vu le jour aux Pays-Bas. En Wallonie, il est proposé par la PME Ecoproject. Les billes sont injectées à l'aide d'un pistolet après avoir percé des petits trous dans le mur à isoler. Des petites billes qui restent bien en place. Au contraire de la mousse en polyuréthane qui se gonfle de façon non contrôlée, souligne-t-on chez Ecoproject. Les billes mises l'une à côté de l'autre forment une plaque rigide. Pas de bille en trop puisque lorsque le mur est « rempli », les billes restantes sont expulsées. Autre avantage non négligeable, précise la PME, le procédé est agréé par la Région wallonne. Ecoproject compte principalement des particuliers dans sa clientèle. Cependant, l'isolation de murs creux avec des billes est parfois utilisée sur de grands chantiers. Dont un important en cours sur un bâtiment de la Commission européenne à Bruxelles où la surface à isoler est de 990 m³...

ECOPROJECT

Rue Léon Terwagne, 13 - 6221 Saint-Amand - Tél.
071/81.26.02 - www.ecoproject.pro

CDB EVENT, le paintball, facteur de cohésion par équipe

Du paintball, 7 jours/7 et 12 mois par an. Voilà plusieurs années que CDB Event, société de Braine-le-Comte, est spécialisée dans cette activité. Avec des terrains extérieurs à Nivelles et intérieurs, à Braine-le-Comte et Liège. CDB Event compte aussi de nombreuses entreprises dans ses clients. Ses structures lui permettent d'offrir un service complet pour les incentives. Avec salle de réunion, catering et activités annexes. Le paintball étant aussi une activité qui se pratique en équipe et donc qui permet de (re)souder les liens. En tout, ce sont quelques milliers de joueurs qui s'y essaient chaque mois, que ce soit des entreprises ou des groupes d'amis. Cette activité de paintball s'adresse à des groupes composés de 8 jusqu'à 120 personnes.



CDB EVENT SPRL Tél. 0477/80.70.76 - www.paintball.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



[Go2REVE]

De plain-pied dans la réalité d'un métier...

Ils en rêvaient, ils ont maintenant « Go2REVE ». Eux, ce sont des étudiants du Secondaire et chefs d'entreprise du Brabant wallon. Le « REVE », acronyme de « Réseau Enseignement Vers Entreprise-Entreprise Vers Enseignement » va jeter ou consolider des ponts entre 2 mondes qu'il est plus qu'urgent de rapprocher...

STÉPHANIE HEFFINCK

Le rôle des « Témoins »

Le projet de plateforme « Go2REVE », initié et soutenu par la Province du Brabant wallon, rapproche plus étroitement et pragmatiquement les mondes de l'Enseignement, via les 39 écoles du Secondaire en BW et l'Entreprise, en mettant en adéquation demandes et offres de stages ; il s'inscrit dans la continuité des travaux entamés par François Van Oost, l'équipe de l'AdeWavre-AxE 4.25, par Sabrina Laporta de Nivelles-Entreprises et par l'équipe de l'UNEST avec sa Présidente, Béatrice Servais. La plateforme poursuit un deuxième but : elle facilite les visites des « Témoins » du monde économique au sein des écoles. La CCIBW a décidé d'apporter sa pierre à l'édifice en relayant l'information.

Porteur de projet au nom des **8 associations locales d'entreprises du BW** (CAEP, UNEST, ABE, AdeWavre, AxE4.25, Nivelles Entreprises, WLBA, UED), Catherine Steemans développe : « Aujourd'hui, nous avons 18 « témoins » actifs qui vont partager leurs expériences dans le Secondaire Supérieur (ndlr : et 24 « observateurs », futurs témoins potentiels). Dans 3 ans, nous espérons en avoir 234 ! Durant 2 heures de cours interactifs, ces chefs d'entreprise vont entendre les préoccupations des jeunes, leur présenter leurs propres situations vécues, les orienter vers des outils comme les modules « Entreprendre mon Avenir » et « Comment décrocher un stage en 5 étapes ».

Ces stages, précisément, à qui sont-ils destinés ? Aux différentes filières de l'enseignement : le Secondaire « Général », avec des stages



“ Go2REVE table sur 600 rencontres jeunes-entreprises et son soutien pour l'organisation de quelque 5000 stages en 3 ans en BW

d'observation non imposés de 2 à 5 jours en entreprise. Dans le Technique et le Professionnel, ils sont obligatoires, de plus longue durée, sous la forme de stages d'intégration professionnelle ou dits « professionnalisants ».

Un site pour les stages

Grâce au site internet de Go2REVE (www.go2REVE.be), opérer une offre ou une demande de stages est un jeu d'enfant. Entreprises et étudiants disposent de leur propre espace avec des champs d'encodage pour affiner la sélection.

Las ! Certains entrepreneurs ferment tout simplement la porte aux stagiaires. Catherine Steemans défend : « Pourtant, la démarche d'accueil apporte la visibilité d'une action positive sur le plan sociétal ; en outre, les questions des stagiaires peuvent interpeller les chefs d'entreprise qui en retireront des observations sur un process, une façon de faire ». Last but not least :

une opportunité pour le chef d'entreprise de déjà tester la motivation et les ressources d'un futur collaborateur...

Ils en parlent

« Nous avons accueilli Fatem pour lequel ce stage constituait une première expérience professionnelle. Fatem a pu suivre Grégory dans la préparation des stages pour enfants à Pâques. Il a suivi une check-list reprenant le matériel nécessaire au déroulement d'un stage. Le jeune a pu comprendre l'ensemble des actions indispensables en amont d'un stage pour que celui-ci soit une réussite » - Denis Detinne - Promosport - Stages et activités sportives.

« Contrairement à ce que l'on pense, nous ne sommes pas ceux qui donnent des leçons. Nous apprenons grâce à nos stagiaires. Cette nouveauté est rafraîchissante et instructive » - Xavier Zinsen - Maxel Assurance, finance et planification.



GO2REVE

Catherine Steemans
Tél. 0479/76.50.89
Catherine@expressivecom.be
www.go2REVE.be



COHESIUM

de la stratégie à l'action

Être différent pour faire la différence... vendre mieux pour vendre plus...
... on récolte que ce que l'on sème!

Depuis 22 ans, COHESIUM accompagne les entreprises, petites et grandes, pour aiguïser leur offre, se différencier, séduire et vendre mieux et plus. Plus que jamais offrir de la différence pertinente, de quoi faire la différence avec ses concurrents, pour vendre plus, ravir et fidéliser... c'est là tout l'enjeu du marketing pour l'entreprise

Parmi les entreprises qui présentent des bilans négatifs, 57 % n'ont pas une offre qui les différencie de leur concurrent et apporte de la valeur ajoutée à leur client. 78 % ont une offre attractive mais leur communication et/ou leur action commerciale n'est pas performante.

PME SURVEY 2013

LE MARKETING À SA JUSTE PLACE

Le marketing n'est pas un département ou une fonction dans l'entreprise, c'est une méthode de pilotage et de gestion, un état d'esprit qui permet d'orienter en permanence toute l'entreprise vers son marché, vers ses clients en adoptant son offre, sa prestation, sa façon de communiquer et de vendre.

Contrairement à toutes les idées reçues, le marketing éthiquement mené va vous permettre d'être pertinent et performant pour satisfaire votre client sans le tromper, mais en répondant pleinement à ses frustrations et à ses attentes, ce qui le rendra fan de votre entreprise.

Le marketing consiste à mettre tout en œuvre pour que votre offre, vos produits, vos services soient vraiment attractifs et permettent de séduire vos clients avec de la vraie valeur ajoutée, de leur faire vivre une expérience unique, qui va non pas les satisfaire mais bien les ravir, au point d'en faire des ambassadeurs qui vous recommandent et la boucle est bouclée.

Quand vous dressez une belle table pour recevoir vos invités... vous faites du marketing. Quand le paon fait la roue... il fait du marketing. Quand le marchand d'orange sur le marché au Moyen Âge mettait ses oranges en pyramide sur son étal, en ouvrant quelques-unes pour voir l'intérieur et les faire déguster...

il faisait du marketing... Faire bien et beau n'a en soi rien de négatif, c'est naturel... pour l'entreprise aussi ça devrait l'être sans la soupçonner de tromperie de son client.



► METTEZ VOTRE ENTREPRISE EN « PROACTIVITÉ COMPÉTITIVE »

Les entreprises qui gagnent sont celles qui font gagner leurs clients.

C'est incontournable, évident et pourtant si difficile à mettre en œuvre.

Gagner la confiance de vos clients... n'est possible que si vous répondez à leurs attentes... si vous allez vers eux avec une offre attractive.

Avec vos prospects et vos clients... vous allez récolter ce que vous semez. L'entreprise est

condamnée à séduire. Si vous existez simplement dans l'attente des clients avec une offre sans relief, une communication non adaptée et une approche commerciale occasionnelle et peu aiguïsee... vous ramasserez les miettes que vous laissent vos concurrents. La proactivité compétitive, c'est l'attitude qui va permettre, par la mise en place d'un plan marketing, réfléchi, justement dosé, adapté à vos objectifs et vos moyens, d'occuper le terrain et de conquérir jour après jour de manière méthodique des clients, les ravir et créer avec eux une relation unique et win-win. Chaque chef d'entreprise choisit de mettre le curseur où il veut, sur le schéma de la proactivité compétitive (voir le schéma), c'est sa responsabilité, mais ce qui est sûr, c'est qu'aujourd'hui plus que jamais, si on ne fait rien, qu'on attend, on recule! Trop d'entreprises sont passives, elles oublient qu'elles sont dans une compétition qui demande d'aligner de façon rigoureuse tous les éléments qui vont lui permettre de faire la différence avec ses concurrents et de gagner.

Il n'y a pas un jour qui passe sans que les médias ne galvaudent le marketing en disant avec une connotation négative « c'est un coup de marketing ».

Si les entreprises pratiquaient le marketing avec systématique, pertinence, éthique et efficacité, les mêmes médias devraient annoncer beaucoup moins de faillites!

QUAND UN TIREUR RATE LA CIBLE,
CE N'EST JAMAIS LA FAUTE...
NI DE LA CIBLE, NI DE LA FLÈCHE!

Pascal DELEERSNYDER, licencié en marketing,
a occupé pendant 12 ans des fonctions marketing et
commerciales dans des grands groupes et des PME.
Depuis 22 ans, il accompagne les entreprises.



COHESIUM... FAIRE GAGNER AU TRAVERS DE 5 COMPÉTENCES

COHESIUM propose un accompagnement personnalisé à chaque entreprise, au travers de 5 compétences qui sont activées en fonction de la problématique, de l'actualité et des objectifs de l'entreprise.

- La première est de vous aider à **bien connaître votre environnement et le potentiel de votre entreprise** pour en tenir compte dans la définition de votre offre et de votre action de conquête de votre marché.
- La seconde est de **vous accompagner pour définir votre stratégie de positionnement**, vos atouts différenciateurs, vos valeurs ajoutées qui vous rendront différent, pertinent voire unique.
- La troisième est de vous aider à **identifier et rassembler les ressources nécessaires** à décliner votre stratégie pour bénéficier du maximum de son impact
- La quatrième est de vous aider à **communiquer avec pertinence et efficacité** sur le plan identitaire, promotionnel et relationnel au travers des supports et actions qui cadrent avec votre budget tout en répondant aux nouvelles tendances de la communication.
- La cinquième est **aiguïser votre action commerciale** pour prospecter, fidéliser, mesurer vos résultats et réagir.

Il ne viendrait pas à l'esprit d'un chef d'entreprise de remettre en cause le recours aux compétences expertes externalisées dans le domaine comptable, juridique, informatique. Il s'agit pourtant de ressources qui ne sont pas directement productives. Pourquoi ne pas faire de même, surtout quand on est une TPE ou PME, pour des ressources telles que la gestion de sa performance marketing et commerciale. Le chef d'entreprise ne peut et ne sait tout faire, son rôle est de faire que tout ce qui doit être fait se fasse. Le fait d'avoir un partenaire extérieur travaillant en synergie de façon tonique, permet de poser un regard extérieur objectif, créatif sur son développement en se posant toutes les questions et en empêchant de mal y répondre.

Finalement, si vous ne croyez pas au potentiel ou à la pertinence du marketing pour votre entreprise, alors je vous souhaite tout simplement de faire ce qu'il faut, comme il le faut pour vendre mieux afin de vendre plus... ça par contre devrait vous intéresser!

À propos... vendre mieux pour vendre plus... c'est ça le marketing!

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.

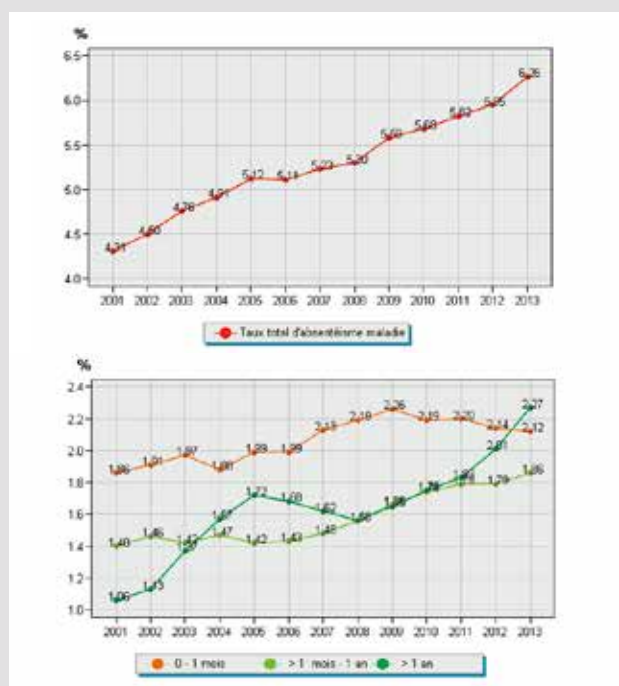
D'après les chiffres de la dernière enquête du Secrétariat social*, la hausse de l'absentéisme de longue durée (+ d'1 an), plus particulièrement, a même littéralement explosé ! Jugez-en : + 5 % en 2011, + 10 % en 2012 et + 12 % en 2013 !

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
- ...



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'appête 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

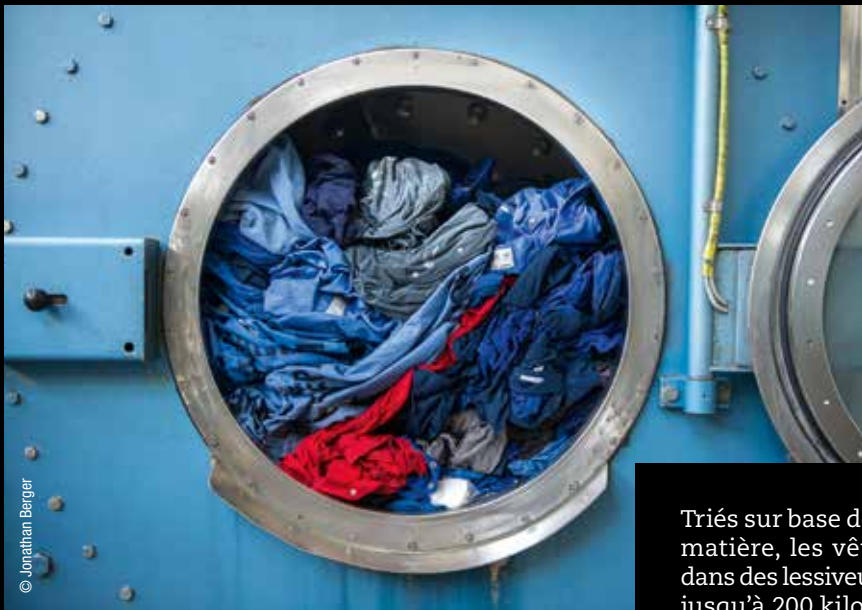
Spécialisée dans la location et l'entretien de vêtements de travail, l'entreprise Depairon traite chaque jour près de 11.000 pièces en provenance de plus de 3.000 clients répartis sur toute la Wallonie. Une équipe d'une quinzaine de chauffeurs collecte quotidiennement le linge sale et assure la livraison 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, alliée à la puissance d'un réseau international, constituent les atouts incontestables d'une équipe motivée et dynamique.

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



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. »

► **CCImag' : 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. »

► **CCImag' : 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. »

► **CCImag' : 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. »

► **CCImag' : 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.



► **CCImag' : 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. »

► **CCImag' : 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



Former et être évalué à l'anglais de l'aéronautique, l'exclusivité mondiale-montoise d'AEPS!

AEPS : « Aviation English Private School ». Une école privée basée à Mons pour l'apprentissage de la langue anglaise, mais aussi l'évaluation du maniement de cet « anglais international » qui doit aujourd'hui obligatoirement être maîtrisé par les pilotes d'aéronefs.

HUGO LEBLUD

Comme nul ne l'ignore, l'anglais est, historiquement, l'unique moyen d'expression verbale utilisé dans le secteur de l'aéronautique.

Aujourd'hui, plus question de s'envoler, que ce soit aux commandes d'un Cessna ou d'un Airbus A380, sans avoir une maîtrise reconnue de cette langue, certes avec des niveaux différents (six en l'occurrence) et être titulaire d'une **attestation ELP pour « English Language Proficiency »**.

Cette imposition de reconnaissance linguistique, assez récente dans le monde de l'aéronautique et qui va donc, sur le plan de l'utilisation et de la compréhension de la langue, bien au-delà de la phraséologie standard de ce secteur, suppose une formation, ou un programme de remise à niveau avant de passer l'épreuve de la certification ELP.

Offre mixte et gagnante

Aujourd'hui, une dizaine de sociétés privées sont habilitées sur le territoire belge, mais avec la possibilité de certifier également certains pilotes étrangers, pour délivrer l'attestation ELP. Mais la **Sprl AEPS est la seule en Europe et l'une des rares dans le monde**, assurent en chœur Olivier Thaon et Juliette Bodson, **à proposer des formations d'anglais pour pilotes et, dans la foulée, l'organisation de l'épreuve ELP**.

Cette dernière a nécessité pas moins d'un an de lourdes démarches administratives pour sa validation auprès des autorités belges de l'aéronautique!

L'idée de cette **offre mixte (formation et évaluation)** a germé dans la tête d'Olivier Thaon, lui-même pilote d'aéronef, qui a fondé à Mons, en tandem avec Juliette Bodson, traductrice jurée anglais/espagnol vers le français (U-Mons), **l'école de langues Parlofone**.

« L'ouverture de ce marché de niche qu'est l'anglais de l'aéronautique et les législations de



Olivier Thaon et Juliette Bodson

plus en plus contraignantes pour la maîtrise de ce langage au niveau des pilotes, nous a poussés, en octobre 2013, à fonder, distinctement de Parlofone, l'entreprise AEPS » précisent nos deux interlocuteurs.

L'internationalisation en marche

« Nous proposons quatre modules de formation en fonction du niveau d'anglais du postulant, notre stratégie étant d'offrir le programme le plus efficace et le plus cohérent avec l'examen ELP en préparation » explique Juliette Bodson. La co-fondatrice d'AEPS est en charge du contenu des programmes des divers modules qu'elle optimise régulièrement en fonction des réactions, mais aussi des résultats obtenus par les candidats à l'examen.

Quant à Olivier Thaon, il prend en charge, outre le volet administratif, toutes les démarches prospectives sur le plan commercial afin de faire connaître AEPS dans les milieux de l'aéronautique, en Belgique, mais également à l'étranger. En fonction de l'importance de la demande, AEPS délocalise déjà, seul ou en partenariat,

ses modules de formation au plus près de ses clients.

Nouvelle étape annoncée dans la croissance de cette école avec **l'extension, en partenariat ici, des formations d'AEPS « au-delà de l'Europe continentale »** sourit Olivier Thaon. Sans autres précisions à ce stade pour ne pas trop éveiller l'intérêt de la concurrence!

« Précisons enfin que si les formations s'exportent, peut-être sous la forme d'une franchise directement liée à notre méthodologie d'apprentissage, l'examen ELP se fera toujours ici, à Mons, ou en tout cas sous notre seul et unique contrôle. »

C'est peu dire, à voir l'enthousiasme de ses deux patrons-fondateurs, que l'histoire d'AEPS ne fait que... décoller!

**AVIATION ENGLISH
PRIVATE SCHOOL (AEPS)**

Rue des Carrières, 56D - 7011 Ghlin
Tél. 0478/56.21.68 - www.aeps.be

[Easypay]

VOTRE ACCOMPAGNATEUR EN RESSOURCES HUMAINES

- ▶ Développement, gestion et maintenance de solutions logicielles d'administration des salaires, d'enregistrement des temps et de gestion des ressources humaines
- ▶ Traitement des salaires pour des tiers
- ▶ Services de conseil dans le domaine socio-juridique et des ressources humaines
- ▶ Assistance et accompagnement sur place

CAMILLE DESAUVAGE

EASYPAY GROUP est actif depuis plus de 31 ans. Pour les entreprises et les services publics, **il s'inscrit désormais comme un partenaire durable de services de gestion des ressources humaines.** La société s'est en outre imposée comme acteur de premier plan sur le marché belge des solutions logicielles d'administration des salaires, des applications de gestion des ressources humaines ainsi que des services qui y sont liés.

Secrétariat social

Par le biais de son secrétariat social agréé SSE, EASYPAY GROUP met à la disposition de ses clients un partenaire expérimenté et fiable auquel ils peuvent confier, sans crainte, l'administration des salaires. Cette division regroupe plus de 130 collaborateurs spécialisés qui calculent, chaque mois, quelque 200.000 salaires pour 6.000 employeurs.

L'équipe de Tournai

Depuis sept ans, une équipe est installée dans le zoning industriel de Marquain. **L'objectif est d'être au cœur des entreprises afin de répondre rapidement à leurs besoins.** Les collaborateurs fonctionnent en binôme pour pallier les absences et multiplier les contrôles. Anne-Sophie Jouniaux, Account Manager, précise : « *C'est un réel avantage qu'un œil extérieur se penche sur chaque dossier ; cela permet de repérer les failles. Cette manière de travailler, c'est un gage de qualité !* »

Pas un dossier, mais un client

« *Les clients n'ont pas uniquement besoin d'un service administratif, mais essentiellement d'un*

soutien relationnel. Notre atout, c'est que nous nous impliquons lors des choix stratégiques en matière de ressources humaines. Nous répondons aux interrogations, nous prenons position et accompagnons nos partenaires dans le suivi des dossiers. Nous ne nous contentons pas de traiter les informations, nous participons à la vie active de l'entreprise. Nous n'hésitons pas, par exemple, à alerter un employeur

faut anticiper les problèmes de trésorerie pour le solde des congés en fin d'année. Puisque nous sommes proactifs dans nos conseils, ce sont nos services qui contacteront l'employeur pour l'avertir. »

Des logiciels complémentaires

La force d'EASYPAY, c'est de combiner un service de secrétariat social avec une activité de software. « *Certains font uniquement usage de nos logiciels et d'autres de notre secrétariat, mais lorsqu'ils découvrent les avantages de cette combinaison, cela facilite énormément leur quotidien. Pour nos équipes, il est aisé de s'adapter puisque nous concevons nous-mêmes les programmes informatiques en fonction des besoins du client. Nous pouvons former et guider les clients tout au long de leurs démarches de paies ou encore, de gestion du temps. Ils se sentent soutenus. »*



L'équipe d'EASYPAY Tournai propose un service de proximité

lorsque les dépassements d'heures d'employés s'accumulent. Il faut savoir distinguer heures supplémentaires et complémentaires, c'est là que nous intervenons ! »

Une relation de confiance

Pour les collaborateurs d'EASYPAY, **il ne faut surtout pas attendre les contrôles pour intervenir.** Leur métier, c'est de connaître les limites et d'avertir les clients si celles-ci sont dépassées. « *Nous créons une véritable relation humaine, nous connaissons les visages, les activités et le quotidien de nos interlocuteurs. Cela nous aide à devancer les demandes. Prenons un exemple courant : un employé souhaite passer d'un temps plein à un temps partiel. Cela ne se fait pas uniquement en signant un avenant. Il*

Un réseau national

EASYPAY propose ses services depuis différents bureaux situés à Audenarde, Bruges, Evere, Gand, Liège, Lommel, Louvain, Lummen, Meulebeke, Namur, Tournai et Verviers. Le groupe ne compte pas moins de 260 collaborateurs en Belgique.

EASYPAY

Rue de la Terre à Briques, 29 D
7522 Marquain
Tél. 069/21.44.08
www.easypay-group.com
anne-sophie.jouniaux@easypay-group.com

[Nadine Salembier Diffusion]

LA RÉFÉRENCE BEAUTÉ DANS LE MONDE

Femme dynamique, Nadine Salembier a consacré la majorité de sa vie à magnifier la beauté des femmes. Perfectionniste, tenace et volontaire, elle s'est investie et a développé le monde de l'esthétisme. Elle est à l'origine de produits de beauté à la pointe de la recherche, mais également de l'Arrêté limitant l'accès à la profession. L'entreprise familiale fête ses 50 ans cette année et vient d'être désignée « fournisseur breveté de la Cour de Belgique ».

CAMILLE DESAUVAGE

L'entreprise de Nadine Salembier, c'est l'histoire du Petit Poucet face aux géants de l'industrie du cosmétique. Diplômée en 1961, l'esthéticienne ouvre très vite son premier institut à Comines, sa ville natale. Curieuse et baroudeuse, elle multiplie les rencontres qui l'amèneront très vite à créer et à développer, avec l'aide de scientifiques de renom, **une gamme de produits cosmétiques naturels. La marque qui porte son nom est, depuis, à la pointe de la recherche et de l'innovation.** La chef d'entreprise précise : « *Je suis en admiration chaque jour encore par la beauté et les bienfaits de la nature. Développer des produits naturels, c'était pour moi l'opportunité de mettre en avant cette merveille qu'est la nature et que nous avons tendance à ne plus voir.* » Deux autres instituts et centres de bien-être verront le jour ensuite dont l'un installé à la prestigieuse Avenue Louise, à Bruxelles.

Pionnière comme Thatcher

La beauté, ce n'est pas que des paillettes. Être esthéticienne, c'est un métier qui ne doit pas être pris à la légère. « *C'est une profession de toucher et de contacts humains ; il était donc indispensable de protéger le consommateur. Cela m'a pris près de 5 ans, mais je suis à l'origine du vote d'un Arrêté Royal limitant l'accès à la profession. J'ai passé des heures dans les couloirs du Ministre parce que je ne voulais pas lâcher le dossier. Les collaborateurs ont fini par me surnommer Madame Thatcher !* » sourit l'intéressée. Pour rester à l'écoute des besoins de ses clientes, Nadine Salembier innove et plus encore, n'hésite pas à traverser la planète. Lorsque le maquillage permanent fait son apparition, elle est la première à lancer le concept en Europe après avoir suivi une



© Salembier

La gamme s'exporte dans 12 pays à travers le monde

formation au Japon, la technique ayant vu le jour en Asie. Elle formera ensuite de nombreuses collègues européennes.

À l'hôpital ou en prison

La beauté se vend certes, mais se donne aussi. Prendre soin de soi ne pouvait donc pas rester exclusivement élitiste. Depuis quelques années, Nadine Salembier franchit aussi des portes plus particulières : « *Nous formons des esthéticiennes pour des soins à des femmes avant et après la chimiothérapie. Redonner l'estime de soi, recréer une image positive sont des notions fondamentales pour se relever après la maladie. Nous avons aussi un partenariat avec une école de promotion sociale destiné aux soins en milieu carcéral. Nous essayons ainsi de reconstruire une vision positive des personnes vis-à-vis d'elles-mêmes. On a tendance à l'oublier, mais on ne peut être belle, si l'on n'est pas en accord avec soi. Notre métier comporte un véritable rôle social.* »



J'ai reçu un appel du Palais : la Princesse Mathilde souhaitait un rendez-vous !
(Nadine Salembier)



Fournisseur de la Cour

C'est ce goût de s'occuper des autres et de se rendre utile qui a été récompensé, il y a quelques mois, lorsque la Cour a officialisé sa collaboration avec les instituts Beauté et Vie. « *Nous avons tenu à toujours rester discret depuis que la Princesse, et maintenant, la Reine Mathilde a fait appel à nos services. La Reine est une femme simple et humble. Elle est avant tout une mère de famille et une épouse ; nous avons donc pu la recevoir avec la même attention que n'importe quelle autre cliente. Bien entendu, lorsque le Palais a appelé pour la première fois, cela a été un grand moment d'émotions. Je suis persuadée que nous avons été reconnus pour nos valeurs d'authenticité.* »

À l'international

Les premières ventes à l'exportation de l'entreprise ont débuté en 1978. **Aujourd'hui, les produits Nadine Salembier s'exportent de Los Angeles à Hong-Kong** et plusieurs écoles et centres de beauté ont également vu le jour un peu partout dans le monde.

NADINE SALEMBIER DIFFUSION

Rue de Wervicq, 18 - 7780 COMINES
Tél. 056/55.57.89 - www.salembier.com
info@salembier.com



VESUVIUS:

installation du siège mondial de l'activité « Flow Control » à Ghlin

Vesuvius est aujourd'hui un **leader mondial des produits réfractaires de haute valeur ajoutée servant les marchés de la sidérurgie et de la Fonderie** et actif dans le monde entier. Il opère dans 70 usines sur cinq continents. Il est le fournisseur de référence pour une grande majorité des aciéries et des fonderies dans le monde.

Ghlin cerveau de l'activité « Flow Control »

Le site de Ghlin occupe une place particulière au sein du groupe Vesuvius. Il est un peu le cerveau de l'activité « Flow Control », ce métier par lequel tout a commencé.

Désormais indépendant et coté en Bourse, le groupe peut envisager son avenir de manière plus dynamique.

Les équipes de Ghlin ont acquis un savoir-faire et une expertise inégalés, sur lesquels Vesuvius peut asseoir son expansion mondiale. Il a donc été décidé d'étendre ce site, son bureau d'étude et son activité de recherche et développement. Et pour assurer une cohérence plus étroite entre la recherche et la stratégie, **le site de Ghlin a été choisi pour l'installation du siège mondial de l'activité Flow Control de Vesuvius, ainsi que sa direction pour l'Europe.** C'est pourquoi de nouveaux bureaux ont été construits, en extension du site existant

où les équipes de direction pourront interagir avec les travaux des bureaux d'étude et de la recherche dans une coopération dynamique et rapide.

Un pôle d'excellence pour une nouvelle stratégie

L'activité Flow Control, qui sert le secteur de la coulée continue de l'acier, s'engage dans le développement de robots pour la manipulation de pièces réfractaires en vue d'assurer un meilleur niveau de sécurité des personnes et des équipements sur le plancher de coulée. Au-delà, c'est tout un projet d'automatisation des opérations de coulée de l'acier qui peut être envisagé.

Et c'est à Ghlin que ces projets sont conçus, développés et commercialisés.

L'activité menée à Ghlin depuis plus de vingt ans a grandement contribué à la croissance et au succès du groupe Vesuvius. En toute logique, le groupe s'est donc appuyé sur ce pôle d'excellence pour lancer sa nouvelle stratégie de croissance au service de la coulée continue.



VESUVIUS

Rue de Douvrain, 17 - 7011 Ghlin

www.vesuvius.com

AUTOMATISATION DANS L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE: 2 PME wallonnes unissent leurs compétences

En vue de renforcer leur positionnement auprès des grands groupes pharmaceutiques et d'apporter un panel de solutions plus étendu à leurs clients respectifs, les **sociétés Sybermat et WOW Technology viennent de conclure un partenariat stratégique.** C'est désormais ensemble que les 2 PME répondront aux besoins en automatisation et en équipements de production émanant des entreprises du secteur.

Apporter une solution intégrée

Les activités de construction de machines pharma des 2 PME wallonnes seront pilotées au départ du site de Namur de WOW Technology.

Cette porte d'entrée unique donnera accès aux savoir-faire et compétences spécifiques des 2 constructeurs d'équipements de production. Bien entendu, le rapprochement entre WOW Technology et Sybermat reste modeste au regard des mouvements d'actifs récents opérés par GSK et Novartis, mais il est, toutes proportions gardées, aussi stratégique pour ces PME familiales.

Pérenniser et renforcer l'emploi wallon

La nouvelle structure positionne la Wallonie au cœur de la carte européenne des fournisseurs d'équipements industriels pour le

secteur pharma. L'industrie, qui a le vent en poupe, tend à automatiser de plus en plus de tâches dans ses usines européennes afin de répondre aux normes strictes de qualité des médicaments et aux cadences de production. Ensemble, les dirigeants des 2 sociétés font le pari d'une augmentation nette de leurs parts de marché, renforçant ainsi les 58 emplois wallons en étant notamment plus présents à l'exportation.

WOW TECHNOLOGY

Rue Pieds d'alouettes, 18 - 5100 Naninne

www.wowtechnology.com

Formation : CADRES, RENFORCEZ VOS ACTIVITÉS INTERNATIONALES...

En 2012, les Chambres de Commerce & d'Industrie ont lancé, ensemble avec ICC Belgique, le programme « International Trade Executive Programme (ITEP) ». Les inscriptions sont à présent ouvertes pour la troisième édition !

Wouter Van Gulck, Directeur général de la Fédération des Chambres de Commerce belges évoque le programme, ainsi que certaines sociétés qui l'ont suivi...



Wouter Van Gulck, Directeur général de la Fédération des Chambres de Commerce belges

► **CCImag' : « Les Chambres offrent déjà bon nombre de formations. Un nouveau programme se justifiait-il ? »**

WVG : « Selon nous, ce qui manquait était un programme à long terme dans lequel les différents aspects du commerce international étaient mis en évidence et ce, avec une perspective plus stratégique. D'après une enquête réalisée par Accenture auprès des sociétés européennes, il semble

que la pénurie la plus aiguë se situe au niveau des compétences internationales et non pas en terme de compétences techniques. Nos entreprises ont besoin de personnes bien formées qui peuvent faire croître un business à l'étranger. ITEP est donc conçu comme une formation multidisciplinaire pour les cadres ».

► **CCImag' : « Pourquoi une collaboration avec ICC ? »**

WVG : « ICC Belgique est la section belge de l'International Chamber of Commerce à Paris. ICC est l'organisation qui se cache derrière les modèles de contrats internationaux, les Incoterms® et d'autres instruments qui sont utilisés tous les jours dans le commerce international. En collaborant avec ICC, nous pouvons faire appel à leur expertise dans ces matières. Puisque nous voyons cette collaboration à long terme, nous avons aussi voulu la concrétiser par la création de l'*International Business Institute (IBI)* ».

► **CCImag' : « Quelle est la cible de ce programme de formation ? »**

WVG : « Le programme est en anglais et est destiné aux responsables export, aux commerciaux, aux responsables des ventes internationales, aux acheteurs, aux responsables de la chaîne logistique, aux juristes d'entreprises et aux consultants qui ont des activités liées au

“ Celui qui s'occupe de commerce international ne peut pas être limité à une seule spécialité !

commerce international. Celui qui s'occupe aujourd'hui de commerce international, ne peut pas être limité à une seule spécialité. Il faut avoir des connaissances juridiques, financières, commerciales, logistiques et culturelles pour opérer des choix stratégiques en évitant les pièges administratifs, fiscaux et commerciaux et pour maximiser les profits provenant des activités internationales. Le but de la formation est de faire prendre conscience aux participants de la nécessité de collaborer tant au sein de leur propre entreprise qu'au-delà des frontières de l'entreprise et le cas échéant, de faire appel à un spécialiste ».

► **CCImag' : « Que considérez-vous personnellement comme points forts du programme ? »**

WVG : « Les professeurs et les orateurs sont certainement un atout. Nous avons choisi, autant que possible, des personnes issues du monde de l'entreprise, avec un bagage pratique. Nous pouvons affirmer, sans exagérer, que les participants disposent, à l'issue de la formation, d'un carnet d'adresses impressionnant et ont considérablement élargi leur réseau. L'échange des pratiques et l'interaction entre grandes et petites entreprises sont aussi des valeurs ajoutées. Nous avons appris l'intérêt de ceci à travers PLATO, le réseau d'apprentissage ».

“ Quelques atouts du programme « ITEP » : les intervenants, l'échange de bonnes pratiques, un élargissement de son réseau professionnel...

Formation :
CADRES, RENFORCEZ
VOS ACTIVITÉS INTERNATIONALES...

POINTS FORTS DE LA FORMATION selon les participants de la 2^e édition

PIERRE DUQUESNE - SCRIPTO SENSU SPRL



Scripto Sensu est une agence en traduction et interprétation fondée par Pierre Duquesne, il y a 12 ans. « Nous disposons d'un vaste réseau de 750 traducteurs indépendants et donc, les traductions les plus pointues dans les langues les moins usitées ne nous font pas peur » !

Le chef d'entreprise a participé au programme ITEP et se dit « positif sur toute la ligne » ! « J'en profite pour remercier la Chambre de Commerce & d'Industrie de cette opportunité ». Il relève le caractère très complet du programme, l'intégralité des aspects liés au commerce international ayant été brossée, lors de modules d'une demi-journée abordant une approche chaque fois spécifique. « Je ne peux être qu'élogieux aussi, sur la qualité des intervenants, des références dans leur domaine, s'exprimant dans un anglais bien plus que correct, point sur lequel je suis particulièrement attentif » ! (rires) Il ajoute : « L'organisation était rigoureuse et le catering soigné. Enfin, j'ai pu rencontrer également des participants d'un très haut niveau, de très bonnes sociétés - je pense, entre autres et pour ne citer que celles-ci, à Deme ou Monsanto Europe - qu'aucun autre événement ne m'aurait permis de croiser ». Il conclut en avouant qu'il a fait d'une pierre deux coups : « Oui, j'avoue que j'en ai également profité pour faire du networking ! »

SCRIPTO SENSU SPRL (TOURNAI)
Rue de la Citadelle, 12 à 7500 Tournai - 069/23.24.41
www.scripto-sensu.be

BENJAMIN LARDINOIT (SALES MANAGER) - I-MOVIX

Leader dans son secteur, la PME montoise I-MOVIX fabrique des caméras de ralenti pour l'industrie télévisuelle. « Pour l'instant, nous travaillons uniquement à l'international et I-MOVIX ne cesse de croître. En m'inscrivant à la formation, je poursuivais l'idée de renforcer ma formation avec des techniques d'exportation, de financement, d'assurances » témoigne Benjamin Lardinois qui relève que la série de thèmes abordés présente des liens, dans un ensemble cohérent.

I-MOVIX (MONS)
Av. Gouverneur Cornez, 7 à 7000 Mons - Tél: 065/32.04.50
www.i-movix.com

QUENTIN GILLARD - TD WILLIAMSON



« Je travaille dans le département commercial interne chez TD Williamson à Nivelles », précise Quentin Gillard, Cost and Lead Time Engineer. L'entreprise qui réalise la majorité de son chiffre d'affaires à l'étranger est leader mondial dans la vente de produits et de services liés aux interventions en charge sur pipelines. « Ayant un parcours davantage technique que commercial, l'intérêt de cette formation était évident pour moi vu ma volonté d'enrichir mes connaissances dans le domaine du commerce international. Cela m'a donc permis d'approfondir certains sujets avec lesquels je n'étais jusque-là pas particulièrement familier. J'ai également saisi l'opportunité de partager avec mes collègues un maximum du savoir acquis lors de la formation et surtout de la rédaction du travail de fin d'année. J'ai particulièrement apprécié le module concernant la logistique, ainsi que celui couvrant le financement des opérations ».

T.D. WILLIAMSON SPRL (NIVELLES)
Rue du Travail, 6 à 1400 Nivelles - 067/28.36.11
www.tdwilliamson.com

RITA MANCEBO - BDC INTERNATIONAL



Présente sur les marchés cubains depuis plusieurs décennies, BDC International exporte des produits pour le pharmaceutique, les mines, le secteur automobile (distributeur Peugeot et Michelin). Rita Mancebo, Project Developer, est enthousiaste au sujet de la formation ITEP, au point qu'elle incitera sa société à laisser ses collègues y prendre part. « La formation va dans les détails et relève tous les aspects à ne pas négliger ! Les situations politique, économique, culturelle y sont abordées. Les moyens de financement en place, aussi et les méthodes pour trouver les supports et outils nécessaires au développement d'une activité à l'étranger ».

BDC INTERNATIONAL
Rue du Bosquet, 8 à 1348 LL Neuve - 010/48.76.12
www.bdcinternational.net

ITEP en pratique

Le prochain Programme « International Trade Executive » débute avec un boot camp qui se déroule les 17 et 18/10/2014 et se poursuit jusqu'au 05/06/2015.

Les 21 sessions sont divisées en 8 modules : *Principles of international business, Organising your presence abroad, Contracting, Transport & logistics, Administration and formalities of international trade, Financing the operation, Selling IP abroad en Risk management & insurance.*

Les sessions se déroulent le vendredi après-midi de 13 h 30 à 17 h 00, dans les locaux de ICC Belgique, Rue des Sols, 8 à Bruxelles.

La participation au programme complet coûte 5.000 € HTVA (4.000 € pour les membres de la Chambre de Commerce). Une session individuelle coûte 400 € HTVA.

Plus d'informations : www.iccbelgium.be/ibi.

MIDI D'AFFAIRES « 10/10 » DE LA CCIBW au Golf Château de la Tournette

(01/04/2014)

Le jour du poisson facétieux, 10 membres de la Chambre de Commerce & d'Industrie du Brabant wallon ont présenté leurs activités en 10 minutes au Golf Château de la Tournette...

Orateurs du jour, par ordre de passage

Christopher Hannot (Thelis) : www.thelis.be

Didier Melin (ETN, European Translation Network SPRL) :
www.etntranslations.com

Guillaume Verhaegen (MCG, Matias Consulting Group SPRL) :
www.mcg.be

Guy De Valck (GDV Business) : www.gdv-business.be

Audrey Jacques (USG Finance Professionals Temping) :
www.usgfinance.be

Valentin Sauvage (Fact Security SPRL) : www.factgroup.be

Luc Marloye (PLI Design SPRL) : www.plidesign.com

Gilles Gondry (THG LLN SPRL) : www.thg.be

Gaëtan Fourez (Intact 3000 SA) : www.intact3000.com

Giovanni Salvo (Masterplan Events) : masterplanevents.be

GDV BUSINESS: UN GROUPEMENT D'ENTREPRISES POUR UNE OFFRE GLOBALE ET QUALITATIVE

Cette association d'intérêt économique reprend 25 entreprises dont le core business est basé sur la rénovation, l'entretien... de bâtiments. « *Qu'il s'agisse de bâtiments privés ou publics, des bureaux, magasins, etc. Pas le résidentiel* », précise Guy De Valck. « *On fait appel à nous pour un projet global dans lequel interviendront nos membres en tant que sous-traitants. Mais vous aurez un seul contact : le gestionnaire de projet. À moins qu'on ne nous confie un projet ciblé* ». La force du groupement réside notamment dans l'absence d'intermédiaires inutiles et une coordination efficace des corps de métier.

« *Tous nos partenaires sont des PME et TPE qui ont le sens de l'éthique et maîtrisent l'art du métier !* »

THELIS: DES SOLUTIONS INNOVANTES COMBINANT ÉLECTRONIQUE ET INFORMATIQUE

La cible de cette société namuroise fondée en 1989, ce sont les TPE, PME, professions libérales et ASBL. « *Nous avons créé une plateforme innovante, un serveur 'tout en un' mutualisant des applications comme le partage de contacts, agendas, mails, l'interconnexion entre les différents sites, le central téléphonique VOIP* ». Thelis regroupe : Thelis Automation, Thelis Engineering et Thelis ICT.

ETN: UN TRÈS LARGE RÉSEAU DE TRADUCTEURS

Active sur le marché européen de la traduction, ETN s'appuie sur un réseau de quelque 500 traducteurs pointus. Ses services sont déclinés comme suit : la traduction classique, la traduction copywriting (adaptation dans la langue étrangère d'un texte original de type publicitaire), la traduction « jurée »/assermentée, la « localisation » (traduire et adapter au marché local un site web ou un logiciel), l'interprétation, la relecture d'épreuves, les corrections de traduction, le conseil linguistique.

La société travaille de préférence avec des traducteurs basés dans leur pays d'origine. Quelques autres points forts : sa réactivité, sa flexibilité... et ses tarifs « transparents » (calculés sur la base du nombre de mots dans la langue « source »)...



Christopher Hannot (Thelis), Didier Melin (ETN), Audrey Jacques (USG Finance)

FACT SECURITY: INTÉGRÉ DANS UN GROUPE ORIENTÉ SÉCURITÉ

Fact Group reprend 4 sociétés, dont 3 en Belgique et une au Luxembourg. Toutes sont des prestataires de services axés sur la sécurité : Fact Security SPRL est une entreprise de gardiennage agréée par le SPFI, en Belgique dont les missions sont de : « surveiller, accueillir, protéger, contrôler, prévenir, signaler, rassurer et secourir » ! Fact Security SARL : exerce la même activité, au Luxembourg Fact Services : centralise les besoins en matière de personnel d'accueil, chauffeurs...

Fact Training Center : est un centre de formation dans les domaines de la sécurité et du « safety » (incendie, secourisme...)

Fact est la 1^{re} société du secteur en Wallonie et la 4^e au niveau mondial et son fondateur, Yves Bastin, en est toujours l'actionnaire majoritaire. Agréée « ISO » et membre de l'APEG, elle emploie plus de 300 personnes.



Guillaume Verhaeghen (MCG)



MCG: SPÉCIALISTE DES INFRASTRUCTURES IT

Etablie depuis un an dans ses nouveaux locaux de Louvain-la-Neuve, la société Matias Consulting Group (M.C.G.) s'est spécialisée dans les Infrastructures IT (Systèmes, Réseaux et Sécurité). Dans ce segment spécifique, elle propose des services de consultation, de déploiement et de maintenance/support, de manière à couvrir l'ensemble de la chaîne de valeur attendue par les entreprises.

Composée d'une équipe d'une dizaine de personnes dont 8 consultants certifiés auprès des acteurs majeurs du métier (Microsoft, Cisco, Juniper...), M.C.G. travaille aussi bien avec des petites PME pour une prise en charge complète de leur Infrastructure IT qu'avec des grands groupes qui lui confient leurs projets les plus pointus.

THG GROUP : DES DOMAINES DE COMPÉTENCE CROISSANTS

Le groupe THG emploie plus de 140 collaborateurs en Belgique et au Luxembourg dont de nombreux spécialistes dans les domaines comptables, juridiques et fiscaux (réviseurs d'entreprise, experts comptables, juristes, économistes, etc.).

Depuis sa création, ses domaines de compétences se sont étendus puisque le groupe s'est aussi doté d'un secrétariat social, d'une société de travail intérimaire et d'un service de marketing...

MASTERPLAN EVENTS : PLUS PETIT = PLUS PROCHE !

« Une petite agence est plus proche du client », certifie Giovanni Salvo. Depuis 3 ans, Masterplan Events se rend sur place, à la rencontre de ce dernier et prend le temps de cerner ses besoins et attentes, « avant de proposer n'importe quoi » !

La société organise des événements « corporate », une branche qui représente 85 à 90 % de son chiffre d'affaires : elle prend en charge le lancement du produit, les stands sur les foires, etc. Son département « privé » peut aussi se pencher sur l'organisation de fêtes, de mariages...

PLI DESIGN : UNE EXPÉRIENCE SOLIDE

Avec 25 années d'expérience dans le domaine du lettrage et vingt ans dans celui de l'impression numérique, PLI Design a acquis un know-how indéniable.

La société wavrienne est spécialisée dans la réalisation d'événements, stands, roll-up, enseignes, totems, bâches, habillage de véhicules, etc. Elle s'est équipée de tout le matériel « up-to-date » en vue de satisfaire ses clients. Quelques exemples : une imprimante à encres UV, à encres pigmentées, des imprimantes « thermiques » (pour autocollants) ou pour cartes plastiques...

USG FINANCE : UN BUREAU DE RECRUTEMENT ET SÉLECTION SPÉCIALISÉ DANS LES PROFILS COMPTABLES ET FINANCIERS

« USG Finance est un acteur de renom sur le marché de l'emploi en tant que bureau de recrutement & sélection spécialisé en profils comptables et financiers » résume Audrey Jacques. La société offre des perspectives de carrière dans les domaines suivants : Comptabilité, Contrôle de gestion, Analyse financière, Audit, Trésorerie, Fiscalité, Credit Management... Et cela tant pour des profils juniors qu'expérimentés. « Chaque année, nous rencontrons plus de 1.000 candidats juniors et expérimentés. Via USG Finance, nous proposons différents types de contrats : contrat fixe en CDI, mission d'intérim, détachement de candidats pour des projets définis ou encore Interim Management. Nous recrutons pour des organisations variées, qui vont de la PME à l'entreprise internationale, en passant par la fiduciaire ou encore les cabinets d'audit ».

Les collaborateurs d'USG Finance sont en majorité de formation comptable et/ou financière.

INTACT 3000 : DES CLOISONS ROBUSTES ET ÉLÉGANTES

La société crée et fabrique ses propres cloisons modulaires et les exporte dans le monde entier. Ces dernières, faciles à monter, s'utilisent aussi bien pour des bureaux que des halls industriels. Basée à Ittre, Intact 3000 a notamment étudié et monté les cloisons des bureaux de la Chambre de Commerce & d'Industrie du Brabant wallon !



Nos prochains midis d'affaires

- **07/10/2014** : de 11h15 à 14h
Golf Château de la Tournette (Nivelles)
- **02/12/2014** : de 11h15 à 14h
Golf Château de la Tournette (Nivelles)

Inscription

sur le site www.ccibw.be, rubrique « agenda »
ou : sonia.jadoul@ccibw.be



Viavia: Retour du « Rendez-vous du Goût » - Tavola 2014

La 17^e édition du **Salon Tavola** s'est déroulée, du **16 au 18 mars 2014, à Kortrijk Xpo**. Ce salon bisannuel rassemble, lors de chaque édition, quelque 400 exposants et plus de 18.000 acheteurs de la restauration et de la distribution alimentaire, venant du Benelux et du nord de la France. La CCI Hainaut était présente à Courtrai, avec d'autres opérateurs wallons dans le cadre de son projet viavia, au sein d'un espace collectif qui accueillait une petite vingtaine de PME wallonnes.

La CCI Hainaut a accompagné 3 entreprises hennuyères sur le stand collectif du « Village Gourmet » :

- La Société VEWI, entreprise familiale spécialisée en plats préparés ;
- La Maison Noirhomme : spécialisée en fabrication de gourmandises sucrées et salées ;
- CHASAL (Charleroi salaisons) : Grossiste-importateur en salaisons, fromages, viandes et surgelés.

Pour rappel, le programme **viavia** a été mis en place pour faciliter les relations d'affaires en Flandre et à Bruxelles. Comment ? En organisant tout au long de l'année, des actions collectives sur des salons professionnels, des rencontres B2B intra-belges, des visites d'entreprises en Flandre et/ou Bruxelles, mais aussi par de l'accompagnement individuel (« WebSCAN bilingue », de l'analyse concurrentielle web)...



Pour plus d'informations, contactez : Audrey VASSART - CCI Hainaut viavia@ccih.be

Avez-vous entendu parler du Bitcoin, monnaie virtuelle?

Depuis quelques semaines, on entend de plus en plus parler du « Bitcoin ». Les médias se sont fait l'écho d'une crise dans ce secteur. Ils parlent, soit des plateformes obligées de fermer, suite aux vols de Bitcoins, ou bien encore des dépôts gelés car confrontés à l'incapacité de rembourser de leurs utilisateurs. Mais qu'est-ce que c'est qu'un Bitcoin ? Quelle est son origine ? Créé en 2009 par un mystérieux programmeur surnommé Satoshi Nakamoto, **le Bitcoin est en fait une monnaie électronique décentralisée et cryptée** qui permet à deux utilisateurs de s'échanger des montants d'argent hors du contrôle des gouvernements, des banques ou d'une société.

Le Bitcoin fonctionne avec un logiciel (libre) et un protocole qui permettent facilement, aux utilisateurs, d'émettre ces monnaies virtuelles et de gérer leurs transactions, de façon collective et automatique, sans l'intervention d'un tiers. Le cours du Bitcoin va dépendre de la valeur que le marché va lui donner. Cette monnaie connaît une formidable volatilité. C'est ainsi qu'elle valait moins de 10 euros en janvier 2013 et plus de 200 en avril. Elle a atteint jusqu'à 900 euros et vaut aujourd'hui un peu plus de



400 euros. Pour connaître la valeur actuelle d'un Bitcoin, il faut se rendre sur leurs propres sites d'échanges, comme : <http://bitcoin.be/> Voici certains de leurs avantages, cités régulièrement :

- quand on l'utilise dans une transaction, comme il n'y a pas d'intermédiaire bancaire, il n'y a pas non plus de frais, contrairement à ce qui se passe quand on paye avec une carte bancaire ;
- aucun tiers ne peut empêcher ou contrôler les transactions ;
- à l'abri du système financier international.

On peut estimer que 12 millions de Bitcoins sont en circulation actuellement et qu'ils représentent un peu plus de 7 milliards d'euros.

Depuis quelques jours, le Bitcoin vient d'être défini, par l'Etat américain, sur le plan fiscal,



RELAIS HENNUYER DE GESTION DE L'INFORMATION STRATÉGIQUE

Avec le soutien de :



comme un « bien ». L'administration fiscale américaine a indiqué qu'elle ne considérait plus le Bitcoin comme une monnaie, mais comme un actif susceptible d'être soumis à l'impôt. Ceci signifie que les Bitcoins devraient être imposés comme un revenu ordinaire ou comme actifs, sous réserve de gains en capital.

Voici quelques sources qui pourront vous aider à mieux comprendre ce nouvel argent virtuel

- **Bitcoin** (<http://www.bitcoin.fr/>)
- **Argent virtuel** (<http://www.nbb.be/doc/ts/Enterprise/Press/2014/cp140114Fr.pdf>)

PDF mis en ligne par la Banque Nationale de Belgique ; quelques renseignements, très intéressants, sur le Bitcoin et les possibles risques liés aux monnaies virtuelles.

Business Lunch-Débat: « Pour un processus de réindustrialisation à haute valeur ajoutée en Belgique »

(25/04/2014)

« La nécessité de réindustrialiser notre économie est devenue criante depuis la crise financière car cette dernière a révélé l'ampleur de la mondialisation et le déplacement latéral des centres de production vers d'autres continents. Le constat de la désindustrialisation est implacable. Outre ce qui précède, cinq causes peuvent y être associées : la faiblesse de nos PME (dont la structure doit être renforcée), le manque de flexibilité de notre tissu industriel du fait, notamment, d'un dialogue social complexe de tous les protagonistes (États, entreprises et partenaires sociaux), un coût du travail élevé, ou plutôt une valeur ajoutée par unité de coût du travail insuffisante, un effort insuffisant en matière de recherche et de développement et surtout un manque de culture entrepreneuriale et d'innovation.



On peut aussi ajouter l'insuffisance d'un partenariat entre les systèmes éducatifs et industriels et la difficulté à financer des projets à cause de l'augmentation du coût du capital. En Wallonie, le dépassement de ces obstacles passera inmanquablement par des initiatives conjointes des secteurs privés et publics, [...] »

C'est autour de ce thème de nécessité de réindustrialisation que s'articulait le discours du professeur Dr Bruno Colmant (UCL et Vlerick Business School). Il s'exprimait ainsi, en termes clairs et francs, lors du Business Lunch-Débat organisé par la CCI Hainaut à la Géode à Charleroi, le 25 avril dernier. Face à lui, un auditoire d'une cinquantaine de décideurs et chefs d'entreprises se montrait très intéressé par la question...



© AD PHOTOGRAPHY

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE LA CCI WAPI (23/04/2014)

L'Assemblée Générale constituait une magnifique opportunité de transmettre les **excellents résultats de la CCI WAPI**. Pour ne citer que quelques chiffres, la CCI WAPI, en 2013, ce sont :

- **7.486** certificats d'origine légalisés
- **353** locations de salles
- **70** sociétés domiciliées dans nos sièges
- **27** dossiers de traduction introduits
- **110** dossiers traités par les Guichets d'Entreprises installés dans les sièges de Marquain et de Mouscron
- **2.862** participants aux différentes manifestations
- **Et 26** « étudiants » RSE
- **Plus de 1.100 membres**

Près de 150 personnes ont pris part à cette rencontre dont l'orateur du jour était Philippe Vasseur, Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Région Nord-Pas-de-Calais et Président du Groupe Crédit Mutuel Nord Europe. Son intervention avait pour thème : « **La troisième Révolution Industrielle** », un projet en totale concordance avec la formation en responsabilité sociétale des entreprises que propose actuellement la Chambre.

C. DESAUVAGE



WAPITOUR

À LA NOUVELLE PRISON DE LEUZE (13/05/2014)

Une semaine avant l'inauguration officielle, la CCIWAPI, en collaboration avec le SPF Justice, a convié **200 membres** à découvrir, **en exclusivité, la nouvelle prison de Leuze**. En franchissant les portes du monde carcéral, les entrepreneurs de Wallonie picarde ont visité, entre autres, les ateliers dans lesquels les détenus travailleront en sous-traitance pour des entrepreneurs privés. La Régie du Travail Pénitentiaire s'assure de l'offre d'emploi et de la formation professionnelle des détenus. L'objectif visé est la **réinsertion** dans la vie extérieure future **par l'acquisition d'une discipline de vie et d'une expertise professionnelle**. Cela permet également d'indemniser les parties civiles, de responsabiliser les détenus et de contribuer à **maintenir le calme** dans les établissements tout en **prévenant la récidive**.

CAMILLE DESAUVAGE -

© SPF Justice / DG EPI / Service Communication / Stephen Vincke



*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 

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.