LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

cci mag'

MENSUEL N°01
JANVIER 2019
ÉDITION BRABANT WALLON - HAINAUT - WALLONIE PICARDE

L'INVITÉ

Jean-François Declercq
(Le Trait d'Union)

TRAVAIL ADAPTÉ, QUALITÉ ASSURÉE

© EH-Reporters

Dossier

SPONSORING SPORTIF : TOUS GAGNANTS !

www.ccimag.be

ÉDITEUR RESPONSABLE : CÉLINE SQUÉLART - AVENUE R. SCHUMAN N° 101 - 1401 NIVELLES • CE MAGAZINE PARAÎT TOUS LES MOIS SAUF EN JUILLET ET EN AOÛT. **N° D'AGRÉMENT :** P 205 063

☑ Plus de 20.000 réalisations!

BÂTIMENTS INDUSTRIELS

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

VALCKE PREFAB BETON

Rodenbachstraat 72
8908 Vlamertinge
België

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

Édito

© Ronald Dersin

> « Tout le monde n'a-t-il pas pensé, un jour, à être un champion ? Pourquoi pas, donc, avec l'aide d'un talent sportif » ?

Tous des champions !

Combien de pistes sont envisagées pour faire rayonner sa marque, ses valeurs ou son produit ? La différenciation vis-à-vis du consommateur est pour le moins devenue difficile et, devant la poussée des supports numériques, les voies alternatives telles que le sponsoring sportif sont une opportunité. Si, pour certains, le sponsoring sportif ne s'impose pas naturellement, il porte cependant en lui beaucoup de vertus.

Des valeurs fortes comme l'effort, le travail d'équipe, la performance ou la technicité peuvent être autant de raisons de considérer le sponsoring sportif comme porteur de messages vis-à-vis du public. Certains le pratiquent à très grande échelle, d'autres plus discrètement.

Notre dossier de ce mois vous fera découvrir les pratiques et l'expérience de ceux et celles qui y adhèrent pleinement. Finalement, tout le monde n'a-t-il pas pensé, un jour, à être un champion ?

Pourquoi pas, donc, avec l'aide d'un talent sportif ?

RENÉ BRANDERS,
PRÉSIDENT CCIBW,
PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION DES CCI

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

CCI Hainaut
Siège de Charleroi
Avenue Général Michel, 1C - 6000 Charleroi
Siège de Mons
Parc Initialis - Bld André Delvaux, 3 - 7000 Mons
www.ccih.be - info@ccih.be

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

cci mag'

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

Éditeur responsable
Céline Squélart

Avec le soutien de la Wallonie

Publicité
Solange Nys
Tél. 0476/97.30.87
solange@ccimag.be

Journalistes
Stéphanie Heffinck, Gaëtan Di Gravio, Camille Desauvage, Céline Léonard, Bob Monard, Alexandre Valée, VDA.

Dossier
France Deuse, Stéphanie Heffinck

Photos
Invité du mois : Reporters

Maquette et mise en page
Dreamcom - www.dreamcom.be

Impression
AZ Print

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

cci mag' LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

Mensuel N° 01
Janvier 2019
EDITION BRABANT WALLON
HAINAUT - WALLONIE PICARDE

L'invité du mois

Jean-François Declercq 4
Le Trait d'Union

Jean-François Declercq allie à son sens inné du contact une « cool attitude » qui ne devrait pas faire oublier que c'est un gestionnaire hors pair. Il revient sur la mission des ETA qui est *« d'investir dans l'humain plutôt que d'engranger de plantureux bénéfices ! »*

© EH-Reporters

Jeune entrepreneur

Arnaud Castiaux 8
multi-entrepreneur bien dans ses baskets

A 32 ans, Arnaud Castiaux a lancé, avec un associé, CrossFit Nivelles, O-Food et Forty-Nine Clothing, les 2 dernières activités en lien étroit avec la première. Son parcours professionnel déjà bien chargé a été dessiné par sa soif d'entreprendre et une rencontre déterminante.

creditBenCochePhotographs

Dossier

Sponsoring sportif : tous gagnants ! 13

Qu'elles étalent leur logo sur l'affiche d'un événement de jogging ou sur les courts de tennis d'un club local, voire sur le maillot d'un cycliste, nos entreprises aiment associer leur nom au domaine du sport. Elles nous expliquent les raisons qui les poussent à soutenir l'une ou l'autre discipline sportive en particulier…

Famiflora

Volley Sedisol

© B. Libert
waterpolo-cntTournai

Energie

Smurfit Kappa (Ghlin) : 11
rationalisation du chauffage des halls de production

Réduire les coûts de chauffage d'un hall de production tout en améliorant le confort du travail du personnel : opération gagnante chez Smurfit Kappa, une société occupant 130 personnes.

UWE

Arrivée d'Alibaba en Wallonie 28

L'arrivée du géant de l'e-commerce Alibaba a, à la fois, suscité commentaires enthousiastes et désapprobateurs. Administrateur délégué de l'UWE, Olivier de Wasseige expose, dans une carte blanche, pourquoi cette annonce devrait en réalité réjouir l'ensemble des acteurs de l'économie wallonne.

O. de Wasseige, administrateur délégué de l'UWE

Honest Talk

Leurs prévisions économiques pour 2019 30

En raison de tensions internationales, entre autres, c'est avec une certaine prudence que s'amorce l'année 2019. A l'occasion du passage à l'an neuf, un panel d'experts nous livre ses prévisions économiques pour les mois à venir.

Automobile

97è Salon de l'Auto de Bruxelles (du 19 au 27/01/19) : 11 palais pour quelques belles surprises !

34

Toutes les marques du marché belge ont répondu présent pour ce 97è Salon de l'Auto de Bruxelles : de A à V, revue de celles qui y exposeront leurs courbes, de celles qui innovent, de celles qui se font et se feront encore plébisciter…

Portraits

Gevers : « Nous protégeons vos actifs intellectuels… »

37

Le groupe leader de son secteur qui protège les actifs intellectuels de ses clients, vient de se doter d'une nouvelle antenne à Louvain-la-Neuve.

Couplet Sugars : 170 ans de plaisirs sucrés

38

L'un des leaders mondiaux en spécialités sucrières est une entreprise familiale du Tournaisis qui continue de voir grand comme le prouve l'un de ses derniers investissements dans deux nouvelles lignes de production…

Hotel Aero 44 : « se sentir comme chez soi à deux pas des pistes… »

39

Le Best Western Aero 44 est idéalement situé au coeur de l'aéropôle de Gosselies et à quelques encablures du Brussels South Charleroi Airport.

DK Conseils : le courtier toujours à vos côtés

40

DK Conseils accompagne ses clients tout au long de leur vie, professionnelle ou privée… Le courtier est indépendant vis-à-vis de tous ses fournisseurs.

Vie de nos entreprises

Brèves sur les entreprises du Hainaut et du Brabant wallon

41

Zoom sur l'initiative d'Opticable qui met son personnel en relation directe avec le client, dans le cadre du programme « un client dans l'usine » du groupe Nexans…

Echos des CCI

Les activités de nos CCI en photos

42

La troisième réunion de l'Import & Export Club des CCI s'est tenue chez Carrier Europe, à Nivelles. Qu'on se le dise, en 2019, un nouveau Club portera sur l'Asie du Sud-Est, le Japon, la Corée du Sud et l'Australie.

Echos de la CCIBW

Les activités de la CCI du Brabant wallon en photos

43

Un événement culturel sous la forme d'une pièce de théâtre classique, revisitée à la mode hippie. « Scapin 68 », à l'ATJV de Louvain-la-Neuve ou comment faire vivre aux Membres de la CCIBW une soirée inoubliable.

Echos de la CCIWAPI

Les activités de la CCI Wapi en photos

45

C'est Ecofrost qui a accueilli plus de 120 membres de la CCI Wapi pour la 2è édition de « Wapi dans l'assiette »… Un événement terminé par la dégustation… de succulentes frites !

Echos de la CCIH

Les activités de la CCI du Hainaut en photos

48

Dans le cadre de la « Semaine wallonne Air-Climat-Energie », le Facilitateur Energie pour l'Industrie a organisé une journée de conférences relatives aux économies d'énergie dans l'industrie…

JEAN-FRANÇOIS DECLERCQ (Le Trait d'Union)

TRAVAIL ADAPTÉ, QUALITÉ ASSURÉE

- **Entreprise de travail adapté (ETA) à Mouscron, le Trait d'Union séduit de plus en plus de clients industriels.**
- **Elle occupe 310 collaborateurs, dont 280 sont reconnus par l'AVIQ pour leur handicap.**
- **Ses métiers vont du conditionnement manuel ou automatique à l'impression textile, en passant par l'entretien des espaces verts.**

A. VALÉE - © EH-REPORTERS

La cravate qu'il dit lui-même avoir exceptionnellement nouée pour l'interview fait davantage sourire ses employés qu'elle ne les effraie. Avec Jean-François Declercq, le tour des ateliers du Trait d'Union, à Mouscron, s'effectue au gré d'une démarche presque chaloupée, et ponctuée, en guise de salut à ses collaborateurs, de « high five » qui pourraient (d)étonner les plus frileux.

Car valides ou moins valides - le Trait d'Union est une Entreprise de Travail Adapté - le patron semble connaître tous ses coéquipiers par leur prénom, voire leur surnom. Voilà la double facette de Jean-François Declercq : un sens inné du contact et une 'cool attitude' qui peuvent désarçonner mais rassurent d'emblée… et qui dissimuleraient presque ses talents de gestionnaire hors pair. De 100 employés en 2004 lorsqu'il arrive à la direction, le Trait d'Union en emploie un peu plus du triple quinze ans plus tard, et diversifie sans cesse ses métiers. De 5.000 m² dans les années 2000, l'entreprise en occupe 10.000 et cherche d'autres locaux, après avoir créé une antenne également à Comines-Warneton de plus de 2.000 m².

On ne sera pas étonné d'apprendre que Jean-François Declercq est du genre hyperactif, toujours connecté. Il n'y a guère que sur sa moto, quelques minutes par semaine, qu'il débranche. Et encore, même le casque bien vissé sur la tête, enfourchant son défouloir à deux roues, il lui est déjà arrivé de prendre des appels, c'est dire…

Son carburant à lui, « *c'est l'opportunité de travailler à mi-chemin entre l'économie et le social. La nécessité, passionnante, presque grisante, de réajuster sans cesse le curseur entre les deux, pour fournir à la fois un service impeccable et concurrentiel pour nos clients, et un emploi épanouissant et durable pour des personnes qui ont connu ou connaissent des difficultés dans la vie.* »

Coup de génie

Quand on lui parle de la « concurrence déloyale » des ETA, Jean-François Declercq sourit et répond sans hésitation. « *Statutairement, nous sommes une ASBL et ne cherchons donc pas à engranger des bénéfices plantureux mais plutôt à investir dans l'humain. Mais en tant qu'ASBL, nous n'émargeons pas aux aides à l'investissement par exemple. Oui, notre personnel, rémunéré a minima au revenu garanti, est subsidié par l'AVIQ. Mais engager des travailleurs qui peuvent souffrir de déficiences physiques ou mentales suppose aussi un encadrement et des contraintes que les entreprises marchandes ne connaissent pas. Vous en voyez beaucoup, vous, qui engagent du personnel handicapé ? Par ailleurs, nous sommes nous aussi soumis à une forte concurrence. De la part des régies pénitentiaires, des autres ETA (wallonnes, flamandes), mais aussi à l'international. La délocalisation ne nous a pas épargnés et à partir d'un certain volume annuel, nous savons que soit la mécanisation, soit la délocalisation auront tôt fait de remplacer nos travailleurs pour nos clients.* »

Indépendamment de ces paramètres, le Trait d'Union redistribue actuellement 30% de ses bénéfices de manière équitable entre tous les travailleurs, selon les heures prestées. « *Chacun est aussi couvert par une assurance hospitalisation et une assurance dentaire. Nos publics, sensibles et fragilisés, sabrent d'abord souvent dans ces frais lorsqu'ils sont nécessaires.* » Certifié ISO 9001 et engagé dans un processus de management des objectifs sociaux, le Trait d'Union ne sacrifie rien à la qualité du service qu'il preste en sous-traitance industrielle : « *On respecte les délais, les prix et la qualité souhaitée dans le cahier des charges et en cas de non-conformité, on réagit* ». Le tout est appliqué à des métiers aussi diversifiés que l'emballage, le conditionnement, le tri, l'assemblage et les travaux à façon, la manutention, le travail en salles blanches (alimentaire et pharma). « *Plus récemment, nous avons ouvert un service de création et d'entretien d'espaces verts et d'impression sur textile et stickers. Des atouts très appréciés de nos clients fidèles* ». Des activités non délocalisables, également.

L'outsourcing fait aussi partie de l'organisation de l'entreprise : près de 40 % des travailleurs du Trait d'Union prestent quotidiennement au sein même d'entreprises partenaires. La plus belle preuve d'intégration, tout comme le fait que 10 des 40 membres de l'encadrement… sont également reconnus par l'AVIQ. Des travailleurs et une entreprise (presque) comme les autres, finalement.

« Mon carburant, c'est l'opportunité de travailler à mi-chemin entre l'économique et le social et de réajuster sans cesse le curseur ».

BIEZ

TRAITEUR & FOODING

TRAITEUR ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS

dans un **lieu de votre choix** ou dans nos **lieux d'exceptions**

Tél. 069 21 21 03

Rue de Maire, 1A • 7503 Froyennes (Tournai)
contact@biez-traiteur.com

www.biez-traiteur.com

« Concurrence déloyale ? Vous en voyez beaucoup, vous, des entreprises qui engagent du personnel handicapé ? »

BIO EXPRESS

Né à Mouscron le 30 octobre 1973 et pur produit Hurlu, Jean-François Declercq suit son cursus primaire et secondaire au Collège Sainte-Marie, puis achève un graduat en marketing à l'ISE de Mons en 1997. L'année suivante, il décroche son premier job au CPAS de Mouscron. Il y gérera des projets d'insertion socio-professionnelle subsidiés alors par le Fonds Social Européen (FSE). Déjà un premier pied à la croisée de l'emploi et de la précarité. En 2002, il migre vers l'ASBL Le Trait d'Union, elle-même émanation du CPAS (créé en 1969). Il y passera deux années comme adjoint à la direction, sous l'égide de Claude Bourgueil. Au départ de ce dernier, en 2004, Jean-François Declercq reprend les rênes de l'entreprise, et s'y épanouit aujourd'hui encore pour l'objectif sociétal qu'il concourt à atteindre. Passionné de moto, il vit en couple et est père de deux enfants.

Coup de force

« Mon coup de force, c'est plutôt celui de mon prédécesseur à la tête du Trait d'Union, Claude Bourgueil. En 1995, en effet, il a su négocier avec beaucoup d'habileté le virage que l'Administration a imprimé pour nos structures qui, d'« Ateliers protégés » auparavant, devenaient « Entreprises de travail adapté ». Bien plus qu'une refonte du vocabulaire, c'est tout le modèle que connaissait le Trait d'Union qui a été modifié, en profondeur. C'est toute la philosophie de notre mission qui devait être revue. Législation sociale, syndicats, rémunérations, modèle économique… tout devait changer. Et Claude Bourgueil a su accompagner efficacement l'équipe au gré de ces bouleversements. Aujourd'hui, je sais que je n'aurais jamais su parvenir aux résultats que nous connaissons actuellement sans son travail, sans cette base solide. Une structure, des règles, une clientèle fidèle. Claude a réussi cette délicate transition et je lui en serai toujours reconnaissant. »

Coup de gueule

« Mon coup de gueule, je le destine aux populismes et populistes de tous poils, et à cette facilité déconcertante qu'a n'importe qui pour mettre en place une propagande destinée à retourner le cerveau de nos concitoyens, et à leur faire absorber n'importe quoi. Aujourd'hui, fini la nuance, tout est blanc ou tout est noir. Et qu'on ne vienne pas me dire que c'est une question d'époque et de médias, que c'est lié à l'arrivée d'internet ou des réseaux sociaux. Cela a existé de tout temps, Facebook n'était pas en ligne en 1936 à ce que je sache ! Tout cela, plutôt que de donner à la population des outils de compréhension, bref, les clés de sa propre émancipation… Cela me désespère. »

DU TAC AU TAC

La qualité que vous préférez chez un homme?
« L'humanisme, l'altruisme. Des valeurs qui se perdent. »

La qualité que vous préférez chez une femme?
« Sur ce plan, je ne fais aucune distinction entre hommes et femmes ! »

Votre principal défaut?
« L'impatience, même si j'ai un peu tendance à temporiser avec l'âge, avec l'expérience. »

Votre rêve de bonheur?
« Avoir davantage de temps réellement disponible à consacrer à ma femme, mes enfants, ma famille et mes amis. »

Ce que vous voudriez être?
« Astronaute ou archéologue. Pour découvrir de nouveaux mondes. »

Le pays où vous désireriez vivre?
« La Belgique et ici. Je reste très attaché à Mouscron notamment pour les trois cultures qu'il brasse. »

Vos héros dans la vie réelle?
« Mes enfants ! Je n'arrête jamais de les taquiner et ils me supportent encore, jour après jour ! »

Votre domaine culturel préféré?
« La musique. Partout, tout le temps. Et de tous les styles. Mes playlists vont du rap West Coast au classique en passant par le reggae… »

Le don de la nature que vous aimeriez avoir?
« L'ubiquité : on n'aura jamais assez d'une vie pour tout faire »

La faute qui vous inspire le plus d'indulgence?
« L'erreur, si la personne est de bonne volonté » !

Votre devise?
« Liberté, égalité, fraternité. Rien à voir avec mon accent français, c'est par contre en accord avec la philosophie du Trait d'Union. »

TRAIT D'UNION
Boulevard de l'Eurozone, 3 à 7700 Mouscron
Tél. : 056/85.52.00 - www.traitunion.be - info@traitunion.be

[Arnaud Castiaux (32 ans)]

MULTI-ENTREPRENEUR BIEN

Arnaud Castiaux n'est pas attaché à une devise en particulier, mais il affectionne les citations qui reflètent sa philosophie. Ces phrases qui, sous une forme ou une autre, invitent à la progression… Ce jeune homme tout en décontraction, esprit sain dans un corps sain, mixe les approches et formes de business comme le CrossFit mêle les disciplines sportives. De façon naturelle et spontanée… Il est l'un des fondateurs du CrossFit de Nivelles, de Forty-Nine Clothing et de O-Food.

S. HEFFINCK

Arnaud Castiaux

- Âge : 32 ans; 27 ans, lorsqu'il a lancé CrossFit Nivelles, en février 2014, avec Yves Patte et un troisième associé.
- Formation-parcours : sciences économiques, orientation informatique de gestion et master en finances (Solvay). A travaillé en tant que consultant en sécurité informatique avant de fonder CrossFit Nivelles
- Business : CrossFit Nivelles, O-Food, Forty-Nine Clothing
- Effectif : 12 coaches chez CrossFit Nivelles, dont 4 temps pleins salariés

CrossFit?

A.C. : *« Le CrossFit a démarré aux États-Unis à l'initiative de Greg Glassman. Dans un premier temps, celui-ci a créé cette méthode d'entraînement pour la remise en forme des policiers de Santa Cruz, mais il la réservait aussi, in fine, à tout un chacun. En effet, le programme a des effets bénéfiques, notamment dans le cadre de la lutte contre la sédentarité, l'obésité, véritable fléau aux États-Unis. Le CrossFit, plutôt que d'inventer de nouveaux mouvements, reprend ceux qui ont fait leurs preuves, piochés à diverses disciplines sérieuses : course à pied, haltérophilie, gymnastique. Une frange de la population l'a fait évoluer vers une forme trop rigoriste, dans un esprit de compétition, pour en donner une image de pratique physique inaccessible. Le fondateur du CrossFit s'en détache et, à Nivelles, nous ne l'envisageons pas non plus en ce sens, mais comme une discipline ouverte à tous » !*

En pratique?

A.C. : *« A Nivelles, nous avons 4 zones de travail et 1.400 m² de superficie ; à ma connaissance, cela en ferait donc la plus grande salle de CrossFit de Belgique. Les séances durent 1 heure pour les adultes ou 45 minutes pour les plus jeunes, toujours dirigées par un coach qui observe et corrige les mouvements des participants. Le but est de varier les exercices, de trouver des combinaisons de mouvements à l'infini, d'adapter le programme pour chacun. Après la partie technique vient la partie « intensité », durant 10 à 20 minutes, le but ultime du cours !*

Une rencontre déterminante?

A.C. : *« Oui, celle d'Yves Patte, sociologue de formation, que j'ai connu au CrossFit 1815 et avec lequel j'ai fondé CrossFit Nivelles. Il a un riche parcours : chercheur en sociologie à l'UCL, enseignant… mais aussi coach CrossFit et coach alimentaire. Si, aujourd'hui, je suis le seul gérant du CrossFit Nivelles, Yves a toujours son rôle dans la structure, pour les aspects de conseil et communication.*
Avec lui, au départ de la salle CrossFit Nivelles, nous en sommes arrivés à imaginer 2 « spin-offs » que sont Forty-Nine Clothing, marque de vêtements dans un tissu fait d'une combinaison de compositions de textiles pour sportifs. Les articles, repris par une dizaine de salles de CrossFit sont légers, confortables et les impressions y tiennent bien. Et nous avons

DANS SES BASKETS

aussi lancé O-Food - baptisée en référence à « our own food », notre propre nourriture - car la préoccupation alimentaire est l'un des piliers du CrossFit. Cette stucture offre la possibilité à d'autres de se lancer dans la cuisine et la vente d'aliments, issus de produits bio, en circuits courts. Nous élaborons les recettes de plats préparés « paléo », distribués dans les enseignes Déli Traiteur.*

En fait, nous aimons ce rôle d'« éprouvette », avec des résultats qui servent à une communauté mue par les mêmes passions et préoccupations que nous. Donc, cela peut se décliner sous la forme de food trucks, d'établissements, de cours de cuisine basés sur nos concepts et mises au point de produits. Nous avons d'ailleurs nous-mêmes expérimenté des cours de cuisine « paléo » dans nos infrastructures de Nivelles.

À côté de cela, j'ajoute que nous avons aussi une gamme de produits de compléments alimentaires, sous forme de poudre, naturels, sans sucre, essentiellement des protéines.

Dans nos business, tout tient dans tout, tout découle de tout ! »

**inspirée de l'alimentation naturelle de nos ancêtres !*

> “Decathlon France a fait appel à nous pour élaborer des produits CrossFit et organise même des shootings chez nous, pour profiter de notre notoriété !”

Cible ?

A.C. : *« Nous avons dans nos 600 membres des profils variés et, parmi eux, 150 enfants et ados, de 5 à 18 ans, auxquels nous avons ouvert nos cours depuis 3 ans. La flexibilité est l'un de nos atouts : à côté du planning des séances fixées sur la semaine, nous pouvons ajouter, à la demande, un cours avec un coach particulier, pour un groupe d'amis.*

Souvent, les écoles nous demandent d'organiser une séance pour des classes. Et nous travaillons aussi avec des enfants, pour les hôpitaux de Jolimont. Nous accueillons en nos infrastructures des équipes sportives, de hockey, basket, foot, qui viennent ici faire du renforcement musculaire avant de recommencer leur saison. Et, de plus en plus régulièrement, nous nous rendons aussi en entreprise. On entraine AXA, ING, Infrabel au dépôt de Charleroi, Eurover, à Tubize… Une conciergerie nous a intégrés dans sa palette de services, donc, elle nous réserve différentes salles où nous entrainons des membres de différentes sociétés attachées à la bonne condition physique de leur personnel. Il nous est d'ailleurs déjà arrivé de tenir des conférences de sensibilisation sur ce sujet, au sein même des entreprises. Même si cela ne nous rapporte parfois rien, nous aurons rappelé à notre auditoire qu'il doit absolument penser à sa santé. Le sport est bon pour tout le monde et des études ont même prouvé qu'il fait chuter le taux d'absentéisme au travail ».

Pourquoi l'entrepreneuriat ?

A.C. : *« Je n'ai pas été influencé par ma famille. Par nature, j'aime tout gérer. Alors, même si j'effectuais correctement le travail que j'avais à faire lorsque je travaillais avant pour un patron, j'avais des difficultés à y mettre la forme ; j'étais toujours un peu frustré en étant tenu de suivre des directives, une voie que je ne trouvais pas toujours la meilleure, peut-être, simplement parce que je n'avais pas tous les éléments en main. C'est quand je fais moi-même ma popote que je suis le meilleur, quand je peux résoudre mes problèmes de façon autonome. J'aurais donc pu commencer par un autre business. Mais, avec Crossfit Nivelles, je pouvais allier mes connaissances en gestion d'entreprise avec un secteur qui n'avait pas de secret pour moi puisque je pratiquais le CrossFit depuis des années. Et quand je vois les résultats - pour l'année, nous avons dégagé un bénéfice de 57.000 euros - je suis pleinement satisfait ».*

Jeune âge : avantage ou inconvénient pour entreprendre ?

A.C. : *« Le style de vie que j'ai, je peux me le permettre plus facilement en raison de mon jeune âge : je suis à la salle dès 8h du matin pour n'en repartir que vers 20h ; là, je fais ce que je veux : je n'ai pas de charge familiale à assumer après ces longues journées ».*

Écouter ses pairs plus âgés ?

A.C. : *« Je trouve cela intéressant, par rapport à un questionnement général, une prise de risque, d'écouter des pairs plus expérimentés. Mais je n'ai pas spécialement de mentor. Néanmoins, je discute régulièrement avec de nombreuses personnes de mon entourage qui ont un business et nous partageons nos pépins, ce qui est toujours intéressant pour trouver des solutions ».*

CROSSFIT NIVELLES
Chaussée de Namur, 57 à 1400 Nivelles
www.crossfitnivelles.be

JOBS, JOBS, JOBS… À LA DÉFENSE

Le 28 mai dernier, un « Business race » organisé par la CCIBW en collaboration avec Sudpresse à la base aérienne de Beauvechain rassemblait des entrepreneurs du Brabant wallon. Un lieu inédit et une manière originale de faire du business… Les chefs d'entreprise en repartirent les poches emplies de cartes de visite et, dans le même temps, impressionnés par le savoir-faire de la Défense. On l'oublie trop souvent : cette « entreprise comme une autre » occupe énormément de personnel - 29.474 collaborateurs ! - dévolu à une grande variété de tâches. Et, en 2019, son nombre d'offres d'emplois va littéralement exploser !

2085 emplois !

« Cette année, la Défense propose 2085 offres d'emplois dont 220 officiers, 600 sous-officiers, 1215 soldats/matelots et 50 membres du personnel civil. En outre, elle recrute 420 militaires de réserve pour différentes fonctions », signale Olivier De Groote, Colonel d'Aviation.

Le Commandant militaire de la Province du Brabant wallon indique que la Défense veut toucher les jeunes qui pourraient devenir de futurs collaborateurs. *« La Défense encourage les étudiants à suivre une formation de réserviste pendant la période des vacances. L'objectif est de donner à ces jeunes un avant-goût du métier de militaire en leur permettant d'acquérir une première expérience professionnelle. En outre, les réservistes ont la possibilité, sur base volontaire, d'effectuer des prestations sur de plus longues périodes. La Réserve peut donc servir à long terme de moteur pour le recrutement de militaires professionnels ! »*, poursuit-il.

« En 2019, la Défense propose près de 2.500 emplois pour diverses fonctions »

O. De Groote, Commandant militaire-Province du BW

Un employeur attrayant pour les jeunes…

La Défense assure la protection des intérêts de notre pays et de ses citoyens, tant en Belgique qu'au-delà de nos frontières. Elle participe à des missions internationales aussi bien dans le cadre de l'OTAN que de l'Union Européenne, d'une coalition internationale ou des Nations Unies. Pour mener à bien toutes ces missions, elle a besoin de personnes jeunes et motivées. *« C'est la raison pour laquelle nous recherchons des jeunes qui ne reculent devant aucun effort physique, qui aiment l'aventure et qui sont prêts à prendre des risques bien réfléchis. Notre entreprise, rappelons-le, offre de multiples avantages : une grande variété d'emplois, des possibilités d'études et de formations continues, une carrière active et attrayante, des possibilités de promotion et d'avancement, du travail en équipe et un salaire compétitif ! »*, souligne le Colonel De Groote.

Recruter pour relever de nouveaux défis…

Le Département de la Défense devra relever des défis d'envergure dans les années à venir ; il sera donc amené à attirer suffisamment de jeunes vers les fonctions ouvertes. Ces derniers, s'ils ne nourrissent pas d'a priori défavorable sur ce potentiel employeur n'en perçoivent généralement ni l'importance ni l'étendue des missions.

« Une enquête menée auprès des jeunes a en effet révélé qu'ils ont, dans l'ensemble, une image positive, voire très positive de la Défense. Mais cette même enquête a également mis en lumière une relative méconnaissance de la Défense et des tâches qui lui sont dévolues. C'est la raison pour laquelle nous allons accroître nos efforts en matière d'information au moyen de campagnes interactives telles que des jobdays, des journées « découverte » afin de présenter notre personnel, nos tâches et nos moyens »*, indique le Commandant militaire de la Province du Brabant wallon.

** dirigée par le service de communication Défense DGCom*

Informations : https://travailleraladefense.be | Centres d'information de la Défense :
• **pour le Brabant wallon :** Avenue de Cortenberg, 125 à 1000 Bruxelles | Tél. : 02/441.44.52 | E-mail : cic.bxl@mil.be
• pour **le Hainaut :** Rue des Passages, 16 à 7000 Mons | Tél. : 02/442.76.27 | ci.mons@mil.be

Cet article n'engage pas la rédaction.

RATIONALISATION DU CHAUFFAGE DES HALLS DE PRODUCTION
chez Smurfit Kappa (Ghlin)

Le carton ondulé est omniprésent dans bon nombre de secteurs de production et/ou de distribution de biens. Il est utilisé pour les emballages ordinaires avec une face en papier imprimé, tous les emboîtages pour le transport et le stockage et, également, pour la création et le design. C'est un matériau bon marché, léger, robuste et entièrement recyclable. Le site Smurfit Kappa de Ghlin emploie 130 personnes et produit des plaques de cartons ondulés en 3 poses… Le chauffage par aérothermes des 6.000 m² de ses halls de production représente une consommation non négligeable d'énergie (gaz)…

PHILIPPE SMEKENS,
conseiller énergie CCIH (philippe.smekens@ccih.be)

Problèmes… et solutions !

Le problème du chauffage par air chaud pulsé (aérothermes) est que son efficacité est fortement réduite en hiver par les **courants d'air froids provoqués à l'ouverture des grandes portes d'accès au bâtiment.** L'introduction d'air froid est renforcée par la **dépression des halls due aux extracteurs** de copeaux de carton et d'air pollué (au poste « onduleuse »).

La société Hecla SA, spécialisée en technique aéraulique et en rationalisation de chauffage des grands espaces, a étudié ces problèmes de courants d'air et de dépression des halls.

Elle a proposé les solutions suivantes :

- injecter de l'air extérieur à l'entrée des extracteurs afin de diminuer les pertes par aspiration d'air chaud ambiant (24.000 m³/h) et d'éliminer le phénomène de dépression.
- appliquer aux 5 portes d'accès un rideau d'air afin de réduire l'entrée d'air froid en hiver et de « déstratifier » l'air chaud retenu au plafond des halls (l'économie de chauffage est estimée à 16.000 €).

Elle a modifié l'extraction d'air pollué au poste « onduleuse » de sorte que l'extraction de celui-ci ne soit activée que quelques minutes, lorsque celui-ci est réellement pollué (à la maintenance de quelques minutes de la machine). En outre, l'air surchauffé du poste est transféré en hiver vers des espaces annexes. Ces installations ont permis une réduction des coûts de chauffage du hall de production d'environ 30.000 €/an et une amélioration du confort du travail du personnel. Le retour sur investissement est estimé à 16 mois !

Du côté des compresseurs…

Le poste « air comprimé » représente aussi chez Smurfit une consommation importante d'énergie (électricité).

Les 3 compresseurs (puissance totale 260 kW) souffraient de la corrosion et de la surchauffe de l'air ambiant. Ces derniers étaient logés dans un local dont l'air contient des vapeurs acides et l'air aspiré détériorait par corrosion les appareils, réduisait leur durée de vie et se retrouvait dans les circuits de distribution d'air comprimé. L'air de refroidissement des compresseurs était rejeté dans le local ce qui contribuait à la surchauffe de l'air ambiant et donc à la réduction d'efficacité et de durée des appareils.

Hecla a implémenté :

- l'introduction d'air frais extérieur à l'entrée d'air de chaque compresseur (fini la corrosion !) ;
- la récupération, en hiver, de chaleur produite par les compresseurs par transfert de celle-ci vers un hall annexe.

35.000 m³ d'air à 20 °C sont récupérés par heure et constituent donc en hiver une belle économie de chauffage et d'énergie. Le retour sur investissement est estimé à 24 mois.

Comme quoi… **Le contrôle et la gestion rationnelle de l'air ambiant en milieu industriel rapportent bien souvent de substantielles économies d'énergie et ce, avec un retour sur investissement relativement court !**

POUR EN SAVOIR PLUS :

HECLA sa
- Philip ADRIAENS (administrateur)
  gsm : 0475/78 63 71 - E-mail : philip.a@hecla.be
- Philippe Damseaux (ingénieur conseil)
  E-mail : damseaux.philippe@live.be

Smurfit Kappa (Ghlin)
- Harry GIELEN (responsable technique)
  E-mail : harry.gielen@smurfitkappa.be
  Rue de Douvrain, 19 à 7011 Ghlin

WEBSCAN

UN OUTIL DE VEILLE ET D'ANALYSE PONCTUELLES SUR INTERNET

Service "sur mesure" en fonction de vos besoins spécifiques

- Veille sectorielle : analyse de votre secteur d'activité et/ou de votre domaine métier, décryptage de la stratégie générale de ses acteurs
- Veille concurrentielle et d'opinion : analyse concrète de vos concurrents et du développement de leur image et de leur communication en ligne
- Choix du secteur à l'échelon régional, national et/ou international

Contactez nos experts en Intelligence Stratégique dès maintenant !

CCI HAINAUT

www.enmieux.be

FEDER

Wallonie

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

DÉPARTEMENT D'INTELLIGENCE STRATÉGIQUE DE LA CCI HAINAUT
VEILLE@CCIH.BE – TÉL. 071/53 28 79

Dossier

SPONSORING SPORTIF : TOUS GAGNANTS !

Nombreuses sont nos entreprises wallonnes à soutenir des athlètes, clubs, événements sportifs. Leur motivation est une affaire de passion pour une activité physique en particulier ou d'admiration d'un digne représentant d'une discipline, même confidentielle. Mais elles ont surtout bien saisi leurs intérêts dans cette démarche qui profite à l'ensemble des parties. Certains sautent aux yeux : l'image, les ventes… D'autres sont moins perceptibles, mais tout aussi fondamentaux, à commencer par l'exacerbation de l'esprit d'équipe, l'émulation, la persévérance dans la poursuite d'objectifs. En effet, quelle meilleure source d'inspiration pour les collaborateurs de ces entreprises que nos sportifs, ces hommes et ces femmes qui repoussent leurs limites au quotidien ?

FRANCE DEUSE ET STÉPHANIE HEFFINCK

MADE DIFFERENT
ENABLING FACTORIES OF THE FUTURE

digital wallonia .be

INVENTONS ENSEMBLE L'INDUSTRIE DU FUTUR !

MADE DIFFERENT DIGITAL WALLONIA, un programme sur mesure et offert aux PMEs wallonnes pour vous aider à identifier les opportunités ainsi que les technologies numériques qui vous permettront de :

- augmenter la flexibilité,
- améliorer la productivité,
- atteindre le zéro défaut,
- personnaliser les produits,
- accélérer la mise sur le marché de nouveaux produits,
- etc.

CONTACTEZ-NOUS POUR VOUS ENGAGER !

digitalwallonia.be/madedifferent

WE ARE TRANSFORMING WALLONIA !

Created by .AGORIA sirris driving industry by technology

BELGIAN OWL : un whisky sur la Route du Rhum…

Sponsor de Morgane Ursault Poupon, navigatrice venant de participer à sa première transatlantique en solitaire

The Owl Distillery a commercialisé ses premières bouteilles de whisky voici un peu plus de 10 ans. La société hesbignonne occupe actuellement 8 passionnés et a pour objectif de valoriser l'agriculture locale de l'orge dans le respect le l'appellation whisky single malt. Etienne Bouillon, le distillateur de Belgian Owl, a décidé de s'allier au projet de Morgane Ursault Poupon et de financer la course de la jeune navigatrice grâce à la production d'une série limitée de 1.100 bouteilles à l'image de la Route du Rhum.

Morgane Ursault Poupon parcourt les océans pour défendre le développement durable.

En 2017, après avoir vu passer sa production de 20.000 à 80.000 bouteilles par an, grâce à l'acquisition de deux alambics écossais supplémentaires, Etienne Bouillon, l'administrateur délégué de The Owl Distillery, a pris la décision de s'entourer de spécialistes pour envisager son développement à l'international. « *Les experts de WizYou nous ont conseillé de trouver un ambassadeur international pour le Belgian Owl. Là, je me suis rapidement dit que pour promouvoir une boisson d'homme, ce serait bien d'avoir une femme, et même mieux, une femme qui fait un métier d'homme. La course à la voile en solitaire s'est rapidement imposée comme le sport parfait, mais je ne connaissais absolument personne dans ce milieu. WizYou a donc consulté Michel Lebrun, bien connu dans le milieu de la voile, qui leur a parlé de Morgane et de sa fondation Up Sailing qui lutte, notamment, contre la propagation du plastique dans les eaux de l'Antarctique. On s'est vite rendu compte qu'on partageait les mêmes valeurs. Je lui ai dit qu'on n'avait pas d'argent, mais qu'on pouvait sponsoriser sa course grâce à la production d'une série limitée d'un millier de bouteilles à l'image de la Route du Rhum qui seraient vendues à travers une campagne de crowdfunding* ».

Cette campagne a été un succès et plus de 25.000 € ont été collectés. Une bouteille, signée au départ par Etienne Bouillon et Morgane Ursault Poupon, a même fait la traversée avec la navigatrice, a survécu avec elle à trois tempêtes et a rejoint Point-à-Pitre pour être contresignée à l'arrivée par un producteur de rhum local. Cette bouteille sera vendue aux enchères au profit de la fondation de la navigatrice.

« *Comme la création d'un whisky en Belgique, ce sponsoring est une aventure un peu folle. Nous ne savons pas actuellement quelles seront les retombées de cette campagne, mais ce qui nous guide et nous rassemble, c'est le partage de valeurs fondamentales et du respect de la planète* » conclut Etienne Bouillon.

THE OWL DISTILLERY
Hameau de Goreux 7 à 4347 Fexhe-le-Haut-Clocher
Tél. : 04/223.07.17 – info@belgianwhisky.com
www.belgianwhisky.com

BODARD & GONAY : pleins feux sur un logo qui sillonne le monde

Sponsor de Nicolas Gilsoul, co-pilote de Thierry Neuville en WRC, 4 fois vice-champion du monde

Bodard & Gonay conçoit et fabrique des appareils de chauffage au bois et au gaz. Implantée en région liégeoise depuis plus de 60 ans, Bodard & Gonay est l'inventeur de la ''cassette à bois'' qui a remplacé le feu ouvert et s'est toujours positionné en précurseur au niveau technique et écologique ainsi qu'en concepteur haut de gamme. Depuis 2017, l'entreprise s'est associée au Liégeois Nicolas Gilsoul, co-pilote de Thierry Neuville en WRC.

Jean-Paul Rosette, propriétaire de Bodard & Gonay depuis 2016, est un passionné d'automobile et a lui-même roulé en rallye. Sponsoriser une figure internationale en championnat du monde des rallyes était donc une opportunité à saisir. « *Avoir comme ambassadeur de notre marque un des meilleurs co-pilotes du monde, originaire de la région, nous offre une extraordinaire visibilité internationale à un tarif bien moindre que le sponsoring d'un pilote.*

Les retombées sont impossibles à quantifier, mais j'ai souvent des clients qui me disent 'Tiens, on a vu votre logo sur Thierry Neuville' (rires). Grâce à ce partenariat, nous espérons offrir du rêve et être associés à des valeurs présentes en rallye telles que le dépassement de soi, la prise de décisions rapides et la précision technologique ».

Nicolas Gilsoul, co-pilote de Thierry Neuville en WRC, 4 fois vice-champion du monde, véhicule une image très positive qui allie sportivité et intelligence.

En interne également, le personnel suit avec intérêt les résultats du duo wallon en rallye et est fier de voir le logo Bodard & Gonay ainsi sillonner le monde et régulièrement monter sur les podiums *« nombreux sont les membres du personnel qui sont passionnés de mécanique et d'automobile, le soutien que nous apportons à Nicolas Gilsoul induit donc une dynamique très positive au sein de l'entreprise ».*
Le seul regret de Jean-Paul Rosette est de ne pas consacrer suffisamment de temps à communiquer autour de ce partenariat *« nous devrions beaucoup plus exploiter ce sponsoring et le faire savoir, Nicolas Gilsoul véhicule une image très positive et fair-play, ses paroles sont toujours sensées, nous devrions beaucoup plus les relayer car il a vraiment la stature pour défendre un sponsor ».*

BODARD & GONAY
Parc Artisanal de Harzé – Rue de Lambion 3 à 4920 Harzé
Tél. : 04/239.93.93 – info@bgfires.com – www.bgfires.com

CIRCUS : au cœur de l'action

Sponsor des clubs de football du Standard de Liège, de Waasland-Beveren et du Lierse, mais aussi de l'équipe cycliste Wanty-Gobert, du team de cyclo-cross Corendon-Circus et du navigateur Jonas Gerkens

Gaming1 est présent depuis 1992 dans le domaine du divertissement et occupe actuellement près de 800 personnes. Sa marque Circus propose des jeux de casino et de paris sportifs en ligne, ainsi que des salles de jeux physiques. Le groupe est également propriétaire des casinos de Spa et de Namur. Que ce soit dans le football, dans le cyclisme, dans le cyclo-cross, ou encore en voile, la société apporte son soutien à des sportifs de haut niveau.

Circus, sponsor du Standard de Liège.

Circus est très actif dans le sponsoring sportif. Il est sponsor de 3 clubs de football belges, le Standard de Liège et Waasland-Beveren en Division 1 et le Lierse en D1 Amateurs. Il soutient également une équipe professionnelle de cyclo-cross, Corendon-Circus, dont fait partie Mathieu van der Poel, Champion du Monde en 2015, ainsi que l'équipe Wanty Groupe - Gobert qui a deux participations au Tour de France à son actif. Le navigateur Jonas Gerkens, récent participant à la Route du Rhum, fait également partie des sportifs qui bénéficient du soutien de Circus.
« *Notre présence dans le sport de haut niveau a pour but d'augmenter la notoriété de Circus et d'associer cette marque aux valeurs positives véhiculées par le sport. Si nous avons commencé le sponsoring du football avec Waasland-Beveren voici 3 ans, c'est parce qu'en Belgique, 95 % des paris sportifs sont effectués sur le football, il était donc important pour nous d'être présents dans ce sport. Ce contrat arrivera à son terme fin de saison et ne sera pas renouvelé, le choix du Standard s'est donc imposé du fait de sa couverture nationale grâce à son nombre important de supporters néerlandophones* » nous explique Thomas Dusart, Directeur Marketing de Gaming1.
Pour se préserver de l'image négative que des cas de dopage ou de scandales avérés pourraient avoir sur sa société, Gaming1 a clairement prévu dans ses contrats des possibilités de désengagement en cas de faits qui pourraient nuire à la réputation de sa marque.
Côté retour sur investissement, Gaming1 effectue plusieurs fois par an des mesures de notoriété qui permettent d'examiner l'évolution du taux de popularité de la marque Circus par région. *« Nous mesurons également le trafic internet direct lié à nos activités de communication en TV, nos campagnes d'affichage et de sponsoring en analysant les variations du nombre de visiteurs qui tapent « Circus » dans les moteurs de recherche* » précise Thomas Dusart.

GAMING1
Rue Saint-Exupéry, 17 boîte 13 à 4460 Grâce-Hollogne
Tél. : 04/228.32.00 – info@gaming1.com
www.gaming1.com

DY'ON : équipe les chevaux d'une trentaine de cavaliers internationaux

Sponsor de Grégory Wathelet, n° 1 belge de saut d'obstacles

Dy'on conçoit et fabrique des articles d'équitation en cuir depuis 1989. La société namuroise emploie actuellement 17 personnes en Belgique et est en recherche permanente d'innovations pour permettre au cavalier d'améliorer ses performances tout en respectant sa monture. L'entreprise parraine actuellement une trentaine de cavaliers partageant sa philosophie.

La politique de partenariat de Dy'on consiste à proposer aux cavaliers qui sont déjà clients et qui font des résultats de ne plus payer leurs fournitures.
« *Nous ne donnons pas d'argent, nous sommes absolument inflexibles sur ce principe, nous n'en n'avons pas les moyens et surtout l'idée d'acheter le cavalier pour qu'il dise que notre matériel est bon ne correspond pas du tout à notre philosophie. Nous préférons récompenser des cavaliers fidèles et si certains décident d'aller à la concurrence parce qu'on les*

rémunère, il arrive qu'ils reviennent se fournir chez nous à titre privé ou pour leur matériel d'entraînement… et ça, ça nous conforte dans notre démarche » nous explique Philippe Dion, le patron de Dy'on.
Les formules de partenariats de Dy'on sont des contrats d'équipement d'un certain nombre de chevaux comprenant la fourniture de la briderie, des rênes, du tapis de selle, des couvertures et d'une partie de l'équipement d'écurie ainsi que le remplacement et l'entretien de ce matériel.
« En 2011, nous équipions déjà pas mal de cavaliers de renommée internationale, mais n'avions pas de cavalier belge parmi nos ambassadeurs, il était donc naturel pour nous de proposer notre partenariat à Grégory Wathelet qui utilisait notre matériel depuis des années ».
« Nous parrainons une trentaine de cavalier, dont 75 % en obstacles, ça ne nous rapporte pas d'argent, mais ça renforce la réputation de notre marque. Nous choisissons des cavaliers en qui nous croyons et qui correspondent à notre philosophie gagnante, mais respectueuse du cheval ». Dans les années à venir, Philippe Dion pense revoir sa politique de sponsoring pour la rendre plus efficace. *« À terme, il faut que nous réduisions le nombre de cavaliers que nous soutenons, mais que nous consacrions davantage de moyens à communiquer autour de ces partenariats. Dans notre domaine, il faut compter 4 € de communication pour rentabiliser 1 € investi ».*

Figurant depuis 10 ans dans le top 30 mondial, Grégory Wathelet est un ambassadeur de choix pour la marque belge d'articles d'équitation en cuir.

DY'ON
Rue Fontaine Saint-Pierre 1H à 5330 Assesse
Tél. : 083/69.00.30 – info@dyon.be – www.dyon.be

ETHIAS : assurer la pratique sportive au plus grand nombre

Sponsor de 30 fédérations sportives et 7 coupoles institutionnelles

Il y a presque 100 ans la SMAP voit le jour et est, à l'origine, la société mutuelle des services publics. Depuis 2000, elle propose ses services à l'ensemble de la population. Aujourd'hui, Ethias est un des cinq plus gros assureurs du pays et emploie 1.800 personnes, mais a conservé cet esprit mutualiste. Pour que son sponsoring profite au plus grand nombre, l'entreprise a choisi de collaborer exclusivement avec les fédérations et coupoles institutionnelles sportives.

La mascotte Ethias, lors du Championnat de Belgique de Judo.

La politique d'Ethias en matière de sponsoring est assez transparente, la compagnie d'assurances soutient des projets qui correspondent aux valeurs qu'elle défend : l'humain, l'engagement, la satisfaction du client et l'enthousiasme. Elle soutient un certain nombre d'acteurs culturels, de projets à dimension humaine et de prévention. Au niveau sportif, Ethias soutient actuellement une trentaine de fédérations sportives en Belgique et 7 coupoles institutionnelles d'organisations sportives comme l'ADEPS ou l'AES, l'Association des Établissements Sportifs.
« *Nous soutenons exclusivement des fédérations que nous assurons et il s'agit véritablement d'un partenariat,* nous explique Frédéric Lefort, Sponsoring Manager. *Nous avons à cœur d'offrir un service aux fédérations que nous soutenons, non seulement en leur proposant une couverture parfaitement adaptée aux risques de leur sport à un prix intéressant, mais également en leur proposant des actions de prévention ».* Ethias a par exemple offert des protège-dents aux jeunes membres de la Ligue Belge Francophone de Rugby et a édité des fiches de prévention avec l'Association Francophone de Tennis. Elle est également l'instigatrice de l'opération « un cœur pour le sport » qui propose non seulement aux fédérations sportives une couverture extrêmement attractive permettant de couvrir les accidents cardio-vasculaires et vasculaires-cérébraux survenant pendant ou juste après la pratique sportive, mais également des formations à l'utilisation de défibrillateurs dispensées auprès des fédérations et associations sportives.
L'objectif d'Ethias est de soutenir des structures qui permettent la pratique du sport par le plus grand nombre, du sportif amateur, au pro en passant par les écoles de jeunes ou les arbitres. Lorsqu'elle est sponsor d'élites, comme pour les équipes nationales de volley et de handball, ou d'événements comme le Championnat de Belgique de judo par exemple, c'est toujours au travers des fédérations.
« *Nous n'envisageons pas simplement le sponsoring en termes de visibilité de notre marque, nous cherchons à véhiculer une image positive d'Ethias grâce à des actions que nous organisons ou à la présence de notre mascotte sur les podiums par exemple et souhaitons que nos budgets profitent à un maximum de sportifs. Plutôt que de sponsoriser un club de foot de division 1, nous avons préféré consacrer ce budget à l'ensemble des fédérations* » conclut Frédéric Lefort.

Ethias soutient l'équipe nationale de volley-ball.

ETHIAS
Rue des Croisiers 24 à 4000 Liège – Tél. : 04/220.91.53
frederic.lefort@ethias.be – www.ethias.be

1890

Y VOIR CLAIR, C'EST DÉJÀ AVANCER

L'essentiel
pour **entreprendre**
en **Wallonie**

WWW.1890.BE

La porte d'entrée régionale
pour **écouter** et **orienter**
le plus efficacement possible
toutes les personnes
qui **entreprennent** ou
qui souhaitent **entreprendre**
en **Wallonie**.

Wallonie
Sowalfin
PARTENAIRE DES PME

EY
Building a better working world

Transformation : comment adapter et transformer votre stratégie au nouvel environnement digital ?

ey.com/be
secretariat.liege@be.ey.com - Tél: 04 273 76 00

The better the question. The better the answer. The better the world works.

ATELIERS DE CONSTRUCTION
DETHIER
SPRL

Bâtiments industriels
Constructions métalliques

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

KIDIBUL: accompagner les jeunes dans les moments d'émotion

Sponsor du centre de formation des jeunes footballeurs du KAA Gent/La Gantoise

Kidibul, la boisson festive pour les 6-12 ans, a été créée en 1994 et appartient depuis 2014 à la société Néobulles qui a racheté les « marques non-cidres » des cidreries Stassen au groupe international Heineken. La marque liégeoise de jus de pomme pétillant commercialise 3,3 millions de bouteilles par an en Belgique où elle détient 80% de parts de marché. Après avoir, notamment, sponsorisé Justine Henin et David Goffin, elle soutient aujourd'hui les jeunes footballeurs du KAA Gent/La Gantoise.

Kidibul a par le passé sponsorisé Carlos Rodriguez et Justine Henin et est toujours partenaire de la Fondation Justine for Kids. La boisson au crocodile a également été le sponsor de David Goffin de 2013 à 2016, période durant laquelle il passa de la 113e à la 13e place mondiale. « *L'image de David, combatif et modeste à la fois, correspondait très bien aux valeurs que nous souhaitons transmettre à nos jeunes consommateurs, nous organisions des meet & greet, des clinics et il répondait toujours présent. Nous avons été très heureux de l'accompagner jusqu'aux portes du top 10. Notre contrat arrivant à terme, d'autres sponsors très prestigieux se sont présentés à lui et l'idée d'être associé à des produits de luxe ou des banques d'affaires n'était plus en totale adéquation avec la promotion du sport pour tous que nous souhaitions véhiculer avec Kidibul* » explique Laurent Chenoix, administrateur délégué de Vitamines Agency, responsable du développement de la marque. Durant cette période, Kidibul a aussi créé, avec l'AFT (Association Francophone de Tennis), le Kidibul Tour Challenge pour permettre au moins de 7 ans de découvrir les joies du tennis au travers d'ateliers de psychomotricité et de matchs amicaux organisés dans plus de 60 clubs en Wallonie.

En vue de toucher d'autres publics, Kidibul a également été partenaire de l'école des jeunes du Standard de Liège pendant plus de 7 ans et est maintenant major sponsor du centre de formation des jeunes du KAA Gent/La Gantoise et du Buffalo Kids Club. « *Nous souhaitions, grâce à une implication au nord du pays, passer de marque régionale au statut de marque nationale, voire internationale puisque nous sommes également partenaire des jeunes du FC Nantes dont l'équipe première évolue en Ligue 1 française* ».

Pour Laurent Chenoix, l'ère du « boarding » le long des terrains ou le simple sponsoring du maillot a bien évolué et il faut consacrer les budgets à créer des expériences consommateur. « *Ce sont les circonstances de consommation et la manière de s'associer à des émotions qui renforcent les valeurs d'une marque. Il faut mettre en place un dispositif 360 degrés qui comprend, certes, la présence visuelle mais également une communication omnicanale au travers de l'organisation d'événements, de l'exploitation de notre plateforme internet, de l'e-mailing, des réseaux sociaux dans le but de créer un lien privilégié avec nos consommateurs. Le budget d'activation et de communication autour du sponsoring est bien souvent tout aussi important que le budget du sponsoring proprement dit. En ce qui concerne les retombées, il est relativement complexe d'analyser précisément l'effet direct sur les ventes de tels investissements, mais des indices de performance comme les clics suscités par les campagnes mails, les partages sur les réseaux sociaux ou le trafic généré par nos partenaires sponsoring vers notre site permettent au moins de mesurer le retour digital des événements organisés par Kidibul* ».

Kidibul organise des séances de dédicaces avec les joueurs de l'équipe pro de La Gantoise.

VITAMINES AGENCY POUR NEOBULLES
Centre 52 à 4890 Thimister – Tél. : 087/36.10.70
laurent.chenoix@vitamines.agency – www.kidibul.be

KNAUF : offrir des moments privilégiés

Sponsor de Nicolas Colsaerts, golfeur belge de référence

Knauf produit des matériaux de parachèvement et d'isolation pour la construction et la rénovation. Le groupe Knauf est 100% familial, il emploie 800 personnes en Belgique, dont 650 en Wallonie et fournit principalement ses produits dans le Benelux et en France. Depuis bientôt 10 ans, Knauf soutient le célèbre golfeur Nicolas Colsaerts.

Knauf avait déjà soutenu l'athlète Olivia Borlée et la joueuse de tennis Ysaline Bonaventure à ses débuts, mais il s'agissait de mécénat. La société engissoise avait également été le sponsor principal de la coupe du monde de tennis de table organisée par Philippe Saive à Liège en 2005, mais c'était un événement « one shot » qui était surtout une opération de visibilité. Quand, voici bientôt 10 ans, Knauf devient sponsor de Nicolas Colsaerts alors qu'il est numéro un belge, le sponsoring prend alors une tournure un peu plus stratégique. « *Comme dans le milieu des architectes et des entrepreneurs il y avait déjà pas mal de golfeurs, je me suis rendu compte assez tôt que nous pouvions toucher cette clientèle en organisant des événements où était également convié Nicolas Colsaerts. Les clients aiment bien qu'on leur offre des moments privilégiés comme ceux-là où*

Nicolas Colsaerts, un pro toujours disponible et attentif lorsque Knauf organise des tournois pour ses clients

ils pratiquent leur sport en compagnie d'un pro et à l'époque ce n'était pas aussi courant que ça ne l'est aujourd'hui. Nicolas est parfait dans ce rôle, il est très ouvert et s'intéresse aux autres, à leur pratique du golf, mais aussi à ce qu'ils font dans la vie » nous explique Patrick Renard, Directeur général de Knauf et lui-même golfeur.

Selon le CEO de Knauf, les effets directs sur les ventes sont très difficiles à quantifier, mais il est évident que les professionnels de la construction sont sensibles à ce genre d'attentions et que les liens commerciaux qui se tissent lors de ces événements sont très favorables à la promotion de la marque. *« Lorsque Nicolas Colsaerts a fait ses meilleurs résultats en 2012, nous avons eu beaucoup de retours, de clients qui nous en parlaient, j'avais même des collègues du groupe international qui me disaient qu'ils avaient vu notre logo sur un golfeur belge ».*

KNAUF
Rue du Parc Industriel 1 à 4480 Engis
Tél. : 04/273.83.11 – info@knauf.be – www.knauf.be

FIZAINE (garage Volvo): conduite irréprochable!

Sponsor du Tennis Club Argayon (Nivelles), depuis 8 ans, du semi-marathon de Nivelles, depuis 4 ans et du Challenge Sports Entreprises Nivelles, depuis 5 ans

Fizaine est une société familiale créée par René Fizaine, il y a 50 ans. Au départ simple station service vendant quelques voitures Volvo, la société a aujourd'hui évolué vers une concession Volvo employant 13 personnes; son show-room aux larges baies vitrées orientées vers la chaussée de Bruxelles, lui permet de jouir d'une belle vitrine stratégiquement exposée.
Depuis 20 ans, Barbara Fizaine a repris la gérance de la concession. Arrivé en novembre 2012, Nicolas Joinneau est le directeur opérationnel du site dont l'activité de ventes est principalement la vente aux sociétés de leasing.

Pourquoi associer votre nom au domaine du sport?

N.J. : *« Volvo doit largement sa renommée aux qualités de confort et de sécurité de ses véhicules. Nous sommes le constructeur qui a inventé la ceinture de sécurité à trois points et également, le système d'arrêt automatique devant un obstacle que l'on nous a rapidement « emprunté »! Cette sécurité est une obsession qui nous habite à ce point que notre objectif 2020 est de ne plus compter un seul mort ou blessé grave dans un accident en tort impliquant une Volvo!*
Nous ne pouvions donc pas nous positionner en tant que partenaire d'un brasseur ou d'un festival ou l'alcool va couler à flots par exemple. Du reste, nos voitures sont aussi sûres que confortables, les sièges étant par exemple développés avec des kinés.
Donc, tout nous ramenait au bien-être dont le sport fait partie, avec une image dynamique qui ne peut que rejaillir sur le sponsor. Et c'est porteur de mêler le plaisir au business! »

Et pourquoi lier votre image à des sports, clubs et événements en particulier?

N.J. : *Prenons le cas de l'Argayon Nivelles: tout d'abord, c'est un club de tennis qui a une bonne réputation. J'en fais partie et Volvo Belgique sponsorise une joueuse de tennis. Et ce sport de balle est collectif, ce qui représente un plus.*
Le fait que l'Argayon - projet d'un investisseur privé - nous laisse carte blanche dans de nombreux événements où il témoigne d'une belle proactivité et qu'il organise beaucoup de business lunches ajoute à notre intérêt. Enfin, ce sport touche toutes les catégories d'âges et divers types de profils y compris les parents qui ne s'y adonnent pas mais viennent voir leurs enfants disputer des matches. Or, nos véhicules, avec leurs modèles et particularités respectifs, sont susceptibles de séduire tant la personne isolée que le père de famille. Donc, le spectre est large!
C'est la même idée qui prévaut dans le choix d'événements sportifs comme le semi-marathon de Nivelles: la course à pied est un sport qui monte et qui rallie beaucoup de monde. On y croise des prospects issus de diverses sociétés, mais aussi nos clients existants. Pour entretenir la relation commerciale, c'est formidable! Je précise que cet événement se déroule en septembre, le 2e mois le plus favorable pour les ventes automobiles! Nous en profitons pour produire de l'effet, par exemple en présentant officiellement, la veille, notre nouveauté, la V60, dans notre garage et le jour de l'événement au « tout public ». Enfin, une fois par an, nous sommes le sponsor principal du Challenge Sports Entreprises Nivelles qui rassemble une vingtaine de sociétés nivelloises invitées à se mesurer dans diverses disciplines: kayak, tennis, escalade, pétanque, tir à l'arc… Un public de choix pour nous et, comme le challenge se fait dans une ambiance totalement décontractée, en short, t-shirt, il véhicule une image de proximité qui sert le business ».

Lors d'événements sportifs organisés à Nivelles, Fizaine ne manque pas de manifester son soutien…

Concrètement, que vous est-il encore offert en regard de votre contribution financière?

N.J. : *« Notre présence, lors des événements de l'Argayon, avec nos voitures exposées. On pourrait évoquer aussi les bâches dans le tennis club,*

sur les courts, intérieurs et extérieurs, nos logos repris sur l'écran TV de l'entrée, les vêtements des professeurs de tennis, etc. Et puis, comme je vous le disais, cette liberté qu'ils nous laissent pour assurer notre visibilité lors de leurs événements. En ce qui concerne le semi-marathon, outre notre présence sur les lieux avec nos véhicules, nous apparaissons dans leurs newsletters, dans leurs communications qu'ils lancent un an avant la date de l'événement. Et, pour le Challenge Sports Entreprises Nivelles, nous avons l'exclusivité pour présenter nos modèles… »

Tout ceci engendre de beaux retours?

N.J.: *« Certainement : directs et indirects d'ailleurs. En effet, les événements sportifs que nous supportons et qui prennent de plus en plus d'ampleur sont, par exemple, relayés sur les ondes radio ; je vous le garantis : je rentre toujours dans mes frais ! »*

FIZAINE SPRL
Chaussée de Bruxelles, 226 à 1401 Nivelles
Tél. : 067/21.40.27 – fizaine@fizaine.be – www.fizaine.be

FRANCOIS DROULEZ ASSURANCES : dans le même bain, de père en fils !

Sponsor du water-polo cnt Tournai

Le Groupe Dufour (Marquain), B Side Web Agency (Kain), Entreprise Decaluwe (Tournai), Tesse assurances, le secrétariat social du Tournaisis… figurent parmi les sponsors du water-polo cnt Tournai. Au total, ils sont une vingtaine, scrupuleusement répertoriés sous l'onglet « nos sponsors » du site Internet du club de Tournai, avec leurs logos, coordonnées et les liens vers leurs pages web.
Une excellente initiative - étonnamment guère systématique - pour promouvoir ceux qui, par leur contribution financière et leur confiance soutiennent le club fondé il y a près de 100 ans.
***« Mais nous avons un informaticien dans l'équipe »* précise, sourire en coin, François Droulez (François Droulez Assurances) qui fait partie de la liste riche d'une vingtaine de noms de partenaires.**

Dans les goals, les logos des sponsors bénéficient d'une superbe vitrine !

Depuis quand êtes-vous sponsor du water-polo cnt Tournai?

F.D. : *« J'ai fondé François Droulez Assurances, courtier expert pour particuliers, indépendants, PME et nouveaux résidents français en avril 2003. Et, dès le départ, j'ai voulu soutenir water-polo cnt Tournai ; nous avons une section école de natation, avec 2 piscines à Kain, à partir de 4 ans et une section école de water-polo, à partir de 9 ans, qui rassemblent les ¾ des membres, soit 350 personnes ».*

Pourquoi avoir choisi le water-polo cnt Tournai?

F.D. : *« Parce que j'en suis un ancien joueur et, au demeurant, capitaine d'équipe. C'est une histoire familiale, avec un père puis un frère présidents du club, donc, c'était très naturel. De plus, le water-polo est un sport sain, sans dopage et le club est sain lui aussi, tant en ce qui relève de sa comptabilité que de son encadrement ! Quand je vois la tourmente que vit le foot, en ce moment, je me dis que je préfère nettement sponsoriser un club de sport comme le nôtre ! Est-ce que je pense que cela me ramène de la clientèle ? Difficile à estimer, mais, en tous les cas, c'est une visibilité et en lien avec un sport qui est fort connu ici ; nous sommes en Division 1 depuis près de 40 ans ; on a fait des coupes d'Europe dans les années 90 ; hélas ! Ce ne serait plus payable aujourd'hui ! »*

Comment les sponsors sont-ils mis en valeur au water-polo cnt Tournai?

F.D. : *« En fonction de leur contribution, ils ont des panneaux, des annonces, bâches à des endroits distincts dans la piscine ; la bâche dans le but, l'emplacement le plus visible, reste le plus avantageux. Les noms des sponsors s'affichent aussi sur les bonnets, les maillots, les peignoirs, les sacs, à la buvette et sur le site du water-polo cnt Tournai ».*

FRANÇOIS DROULEZ ASSURANCES
Rue Edouard Valcke, 20 à 7500 Tournai
Tél. : 069/45.60.07 – francois.droulez@portima.be
www.assurancesdroulez.be

PEINTURE SCHOLLAERT : donne ses couleurs à la petite reine…

Sponsor du club cycliste V.S. Pont-à-Celles

Très polyvalente, l'entreprise de peinture Schollaert se charge de travaux de peinture extérieure et intérieure, de tapissage ou revêtement de sol (pose de vinyl, tapis plein, Lino, chapes…). Aujourd'hui, la société de Pont-à-Celles fondée par Marc Schollaert en 1977, emploie 10 personnes et intervient dans toute la Belgique et le Grand-Duché de Luxembourg. Et quoi de plus naturel, pour une entreprise de peinture, que de faire porter fièrement… ses couleurs ? Oui, mais pas par n'importe qui ! En l'occurrence, c'est le club cycliste V.S Pont-à-Celles qui roule - beaucoup et passionnément - poussé par son sponsor principal, mais également soutenu par d'autres. *« Eh*

DAIKIN

Continuez à chercher, vous ne me trouverez jamais !

Un secret au coeur de la ville

Discret et idéalement installé

Le Daikin VRV IV série-i est une solution véritablement exclusive pour les personnes qui souhaitent installer un système de climatisation et de chauffage totalement invisible. Il est compact et très discret ; seules les grilles sont visibles de l'extérieur.

VRV IV i-series

Variable Refrigerant Temperature

Pour plus d'infos, rendez-vous sur www.daikin.be ou téléphonez au 0800 840 22.

Peinture Schollaert aime la famille de passionnés que le vélo rassemble…

oui, j'aurais voulu moi-même être coureur cycliste professionnel » **justifie, avec un brin de nostalgie, Marc Schollaert qui, en hiver, participe à la course VTT de Petit Roeulx : 55 km dans la boue !**

Avez-vous rapidement sponsorisé un club sportif?

M.S. : *« Oui, effectivement, dès le début de mes activités ! Au départ, le judo club de Viesville car je m'adonnais à ce sport. Puis je suis passé au sponsoring du club de vélo, qui est quand même mon sport favori. Aujourd'hui, je sponsorise une équipe de coureurs du VS Pont-à-Celles et une équipe renommée de cyclo-touristes, de très bons rouleurs occasionnels, « Les Vaillants Cyclos Viesvillois ».*

Oui mais, pour votre business, en quoi sponsoriser ce sport plutôt qu'un autre est-il avantageux?

M.S. : *« Le V.S. Pont-à-Celles est très bon ; ils ont une équipe de jeunes très porteuse ; durant la saison d'hiver, l'équipe de cyclocross non professionnelle marche très bien. Donc, si l'image du club est positive, ça retombe sur la vôtre. Plus largement, le cyclisme donne du corps à des valeurs comme l'esprit d'équipe, la volonté tenace : c'est en effet un sport qui demande une endurance extrême et qui exige une hygiène de vie impeccable. En plus, j'ai rapidement compris que ce sport, en particulier, pouvait m'offrir une visibilité intéressante : des courses passent à la TV ou sont résumées au JT, etc. Et de nombreuses personnes aiment le vélo, c'est une grande famille comme le foot ou le jogging et on se sent tellement bien entre passionnés » !*

Vous êtes un sponsor important du V.S. Pont-à-Celles!

M.S. : *« Oui, j'en suis le sponsor principal. Donc, je me retrouve à l'avant, sur le thorax et à l'arrière du maillot, sur les manchettes, les épaules, endroit très visible sur le coureur courbé filmé par la TV. Bref, on ne peut s'empêcher de me voir (rires). Et peinture Schollaert se déroule aussi sur les banderoles à l'arrivée de la course ! »*

PEINTURE SCHOLLAERT
Rue Lamoulin, 95 à 6230 Pont-à-Celles
Tél. : 071/84.65.00 – peinture.schollaert@skynet.be
www.entrepriseschollaert.be

BESTRONG : together for Belgium !

A déjà soutenu via ses entreprises partenaires : Eleonore et Chloé Sana (handiski), Si Mohamed Ketbi (taekwondo), Pieter Timmers (natation), Robin Vanderbemden (athlétisme-sprint)

Lors des derniers Jeux Paralympiques d'hiver de Pyeongchang, deux jeunes femmes dévalant les pistes sur leurs skis ont imprimé leur empreinte dans la neige et dans nos mémoires : Eleonor et Chloé Sana, unies par le sang et dans le sport. À l'avant, Chloé, revêtue d'un gilet jaune fluo ; dans son sillage immédiat, sa sœur de glisse, Eléonore, qui fixe ce point de repère familier pour défier son principal adversaire, sa déficience visuelle. Et, au bout du parcours, une médaille de bronze, arrachée par ce duo complice qui enchaine les performances. Ce sont de tels athlètes au mental d'acier, que soutient Bestrong. La Fondation s'appuie sur des entreprises partenaires…

Quand est née Bestrong?

Charles Caprasse, fondateur : *« La fondation de droit privé Be**strong** est réellement active depuis 2016. À la base, nous sommes 4 fondateurs : Max Cap Production, le Cabinet d'avocats Célès, Clayshaw Management et Comon ».*

Quelle a été la réflexion qui a mené à mettre sur pied cette fondation?

C.C. : *« En 2014, les Diables Rouges sont en phase finale de la Coupe du Monde. Quel engouement derrière eux ! Pourquoi ne pas agiter le maillot de supporter noir-jaune-rouge encore et toujours davantage, pour d'autres disciplines, sous l'œil des caméras ou de smartphones qui relayent ces moments de communion et de fête sur les réseaux sociaux ? La réflexion a abouti à l'idée de la création d'un branding belge, sans vouloir se substituer au Comité Olympique Team Belgium ; un branding belge pour le sport, soutenu par les entrepreneurs et à leur profit aussi, fonctionnant à l'instar d'une SICAV : les entreprises misent sur un « pack d'athlètes ».*

Quels sont les critères d'éligibilité pour les sportifs bénéficiant du support de la Fondation?

C.C. : *« Nous choisissons des athlètes de très haut niveau : dans le top européen ou mondial, avec lesquels une relation de confiance peut s'établir. Nous ne retiendrons pas le cheval fou qui tient des discours polémiques (rires). Enfin, nous sommes très attentifs aussi aux échos des fédérations sportives à leur sujet ».*

Mais ces athlètes reçoivent déjà des aides, un salaire?…

C.C. : *« Certes, les fédérations les aident, mais n'ont pas les moyens de les payer… Parmi eux, peu sont sous contrats publics rémunérés… et encore, sous formes précaires. Lorsque les sœurs Sana partaient s'entraîner plusieurs semaines, leur maman devait au début débourser pour le voyage et la nourriture sur place pour ne citer que cet exemple. Quand elles raflaient les honneurs, elles ne repartaient le plus souvent qu'avec une peluche et une médaille en main, si vous me permettez le raccourci. À ces athlètes déterminés, Be**strong** remet une bourse mensuelle de 400 euros dont ils font ce qu'ils veulent. J'aime à le répéter : la Belgique*

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
- afin de bénéficier de tarifs très intéressants (possibilité de réduction de 50 % HTVA – incitant AWEX)

Wallonia.be
EXPORT
INVESTMENT

CCI

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

Brabant wallon :	067/89.33.33
Hainaut :	065/35.46.12
Wallonie picarde :	069/89.06.80
Liège/Verviers/Namur :	087/29.36.36

© Getty - Johnny Valley

Aujourd'hui, **Bestrong** soutient Gaby Willems, en judo, mais d'autres athlètes également, dans d'autres disciplines…

regorge d'athlètes d'exception dont elle peut être fière ; malheureusement, faute de soutien financier suffisant, de sponsors, ils se retrouvent trop souvent les ailes coupées… »

Combien d'athlètes soutenez-vous?

C.C. : *« 4 athlètes aujourd'hui, mais le but serait d'en augmenter le nombre. Ça dépendra des entreprises qui nous rejoindront ! »*

Qui sont les partenaires? Dans quelle mesure mettent-ils la main au portefeuille?

C.C. : *« Des entreprises aux profils variés. Ces partenaires sont tous repris sur notre site Internet ; ils sont une vingtaine actuellement. La plupart sont des PME. Le plus petit donateur débourse 300 euros par année mais aucune somme minimale n'est exigée et chaque apport financier est apprécié » !*

En tant qu'entreprise, pourquoi passer par Bestrong pour un sponsoring sportif?

C.C. : *« Chaque entreprise a un intérêt à faire du sponsoring sportif d'autant que les ressemblances entre ce domaine et le monde économique sautent aux yeux : le sport, c'est le culte de la performance. Les entreprises demandent aussi à chacun, dans sa propre mesure, de poursuivre des défis afin d'atteindre des objectifs ensemble, comme dans le sport. Même pour le sport individuel, il y a toujours une équipe derrière ! Un ambassadeur sportif ne peut qu'avoir des retombées positives sur ses clients, fournisseurs et, forcément, ses collaborateurs. Avec Bestrong, le rejaillissement du succès de l'athlète sur l'entreprise est garanti car plusieurs sportifs de haut niveau sont soutenus. Les possibilités de ROI se déclinent sous la forme de : présence dans les médias, les réseaux sociaux, participation d'athlètes à des événements du partenaire. La marque Bestrong est forte et décuple la visibilité. Sa plateforme de networking permet d'échanger avec d'autres partenaires. En résumé, avec Bestrong, vous capitalisez sur des athlètes confirmés qui véhiculent une image performante et positive. Et ce, quel que soit le montant de votre participation ».*

SIÈGE D'EXPLOITATION - AXISPARC - THE GATE
Rue Fond Cattelain, 2 à 1435 Mont-Saint-Guibert
charles@bestrong.be – www.bestrong.be

FAMIFLORA : réinventer le sponsoring sportif

Sponsor : suivant les opportunités…

Avec plus de 25.000 m² de superficie, Famiflora est le plus grand centre de jardinage et de décoration de Belgique. 150 personnes s'activent dans les différentes structures qu'abritent ses murs, auxquelles il faut ajouter les étudiants ! En effet, Famiflora ouvre 7 jours sur 7 et draine une clientèle fournie et large, même au-delà des frontières de notre royaume. Les amis français, à un jet de pierre de Mouscron, sont nombreux à franchir celles-ci en famille le week-end ! *« Certains viennent même de Paris, en motorhome,* relève en souriant Fabien Sobiecki, *marketing manager. 1.800.000 clients fréquentent annuellement notre centre »*, appuie-t-il. Une réputation telle que celle de cette entreprise, acquise en 4 années d'existence seulement, cela se soigne et s'entretient… comme une jolie plante ! À cette fin, l'un des axes d'attaque parmi d'autres en est le sponsoring sportif. Chez Famiflora, on aime le dépoussiérer et le réinventer.

Famiflora est florissante ! Outre des fleurs et plantes diverses, on y trouve tout pour les animaux et la maison !

F.S. : *« Oui ! Et des boutiques comme celles de Leonidas, une boulangerie, un Vapor shop, une maroquinerie, le tout nouveau magasin asiatique GoChi… Nous sommes donc bien plus qu'une jardinerie, un centre dans lequel on peut passer beaucoup de bon temps. Nous pensons toujours au confort du client : nous avons donc un espace pour se sustenter - un restaurant de 600 places -, des zones de repos avec distributeur d'eau et 1.450 places de parkings. Des extensions récentes ont permis d'élargir les allées de notre magasin et d'offrir encore plus d'articles ».*

« Tentons d'être créatifs, avec des formes de sponsoring sportif ou autres qui développeront, à coup sûr, notre notoriété ! »

VOUS AVEZ RÉUSSI
là où d'autres ont échoué ?
FAITES-LE SAVOIR !
Vous souhaitez parler de votre entreprise, de vos nouveaux produits, de vos résultats fulgurants, de votre futur déménagement... ?
Grâce à la formule «publi-reportage», CCImag' vous donne la parole !
LA FORMULE PUBLI-REPORTAGE :
• Interview et rédaction du texte par notre journaliste
• Mise en page par notre graphiste
LE MAGAZINE DES ENTREPRISES
ccimag'
PROMO 2019
-15%
pour les membres des CCI wallonnes
CONTACT :
Solange NYS
solange@ccimag.be
+32 (0)476 97 30 87
www.ccimag.be

Le sponsoring sportif fait-il partie des moyens utilisés pour asseoir votre notoriété ?

F.S. : *« Plutôt que de donner de l'argent en échange d'une visibilité ce qui risque peut-être, à la longue, de se résumer à du pur mécénat pour faire plaisir, sans aucune contrepartie directe, Famiflora envisage les choses autrement. Nous percevons peu l'intérêt de notre logo qui pourrait passer inaperçu sur une affiche parmi tant d'autres. Donc, de notre côté, avec des surstocks, nous participons plutôt à des tombolas à diverses occasions. Dans ce même état d'esprit, nous pouvons, par exemple, proposer des bons de réduction sous forme de chèques-cadeaux à tout abonné d'un club de sport. C'est du win-win pour tout le monde ! Les affiliés sont ravis d'obtenir ce bon et leur abonnement, de la sorte, leur paraitra moins cher. Ils seront d'office intéressés par nos produits : tout le monde a un animal et/ou un jardin et, à tout le moins, une maison pour lesquels utiliser ce bon. Le club de sport peut faire valoir ce bon pour attirer de nouveaux abonnés. Et nous, nous sommes certains de ramener, en nos infrastructures, toutes ces personnes. Quel meilleur moyen, je vous le demande !*

Nous sommes toujours très attentifs aussi, évidemment, à la cible ; bien que toute tranche d'âge soit une cible potentielle, les 45, 50+ ont un pouvoir d'achat supérieur aux plus jeunes. Si nous soutenons une équipe de bowling, c'est notamment pour cette raison, parce que la discipline attire cette clientèle privilégiée.

Ma conviction profonde, en résumé, est qu'il faut maximiser les formes de sponsoring créatives, qui débouchent sur du vrai win-win et c'est réaliste, tant du côté des entreprises que des clubs et évènements sportifs ».

Famiflora soutient clubs sportifs et évènements en s'assurant d'attirer à coup sûr la clientèle en ses infrastructures : du win-win !

FAMIFLORA
Rue Jules Vantieghem, 14 à 7711 Mouscron
Tél. : 056/33.66.00 – info@famiflora.be – www.famiflora.be

Olivier Chausteur, Président du Volley Sedisol Farciennes : un club bien intégré dans une commune en plein essor économique…

Au club de volley de Farciennes, une centaine d'adhérents de la région font voler leurs balles par-dessus les filets, dont 40 % âgés de moins de 18 ans. Aujourd'hui, le club compte, parmi les Dames, 4 équipes en : Ligue A, Nationale 3, Provinciale 2 et Provinciale 4. Et, pour les Messieurs, une équipe en Nationale 2 et une autre, en Provinciale 2. Conserver une équipe en première division est éprouvant, tant humainement que financièrement, avoue Olivier Chausteur, le président du club. Mais la qualité d'un club se mesure davantage à sa combativité qu'en termes de classement, estime-t-il car « ce sport, comme d'autres, c'est une école de vie, même lorsqu'on est tout en bas de l'échelle ! »

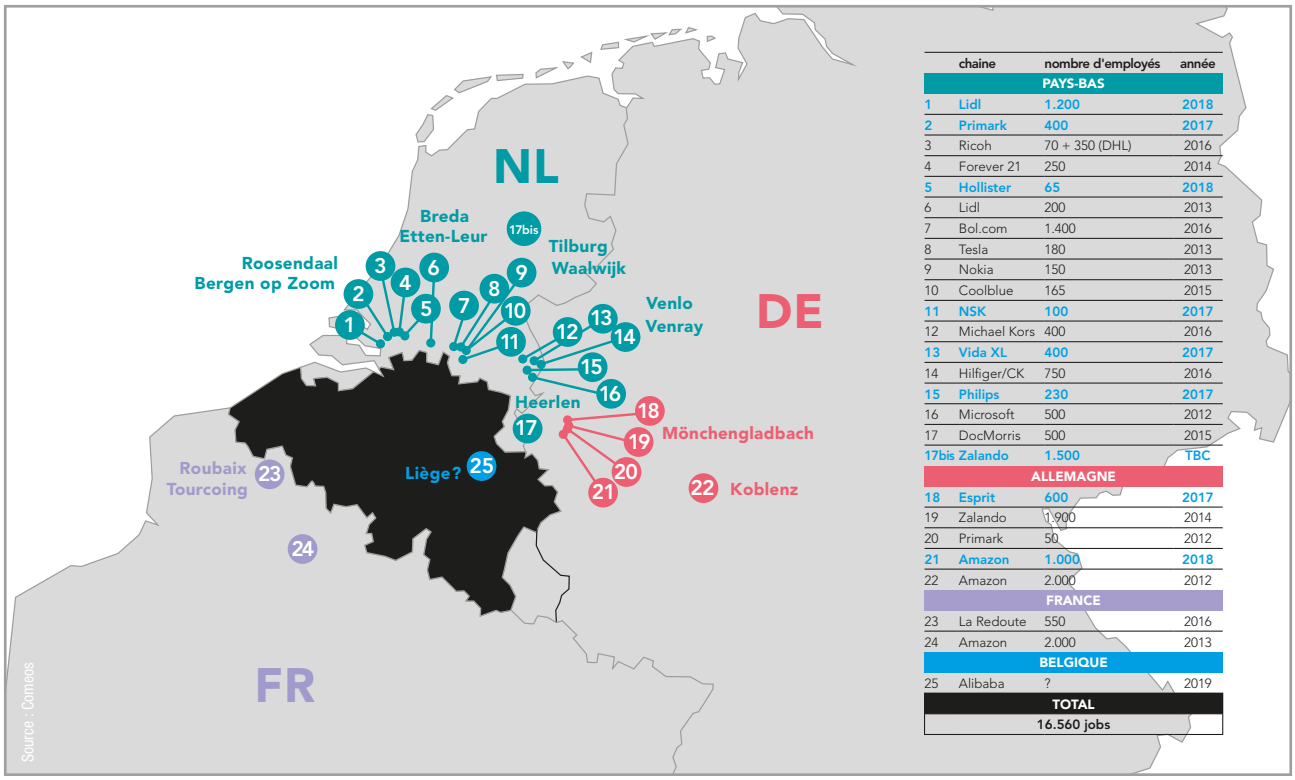
Le volley est un sport très technique et difficile à aborder par les plus jeunes, lesquels sont encouragés par leurs ainés et l'émulation régnant au sein de l'équipe. Et au Volley Sedisol Farciennes, la connivence, l'esprit amical se poursuivent même en dehors des terrains, les uns aidant les autres dans leurs apprentissages scolaires. Respect de soi-même et d'autrui, cohésion, dépassement de soi : ces valeurs méritent bien de perdurer dans le club grâce à ses entreprises sponsors enveloppées de leur aura. *« Nous nous réjouissons de l'engagement de gros sponsors : DC Environment, Belgarena, Ecoterres ou Sedisol, sponsor principal, cette saison. Chaque année, de façon tout à fait réglementaire, le nom du club peut changer en s'adjoignant le nom d'un sponsor. Cette saison, c'est Sedisol, du nom du sponsor principal, mais d'autres plus petits sponsors gravitent autour du club et lui apportent leur contribution ».* Ces sponsors jouissent d'une visibilité large car les infrastructures où s'affichent leurs noms sont exploitées par d'autres activités - donc un public différent -, comme le mini-foot ou la gymnastique. Les couleurs des partenaires s'étalent aussi sur les vareuses. Enfin, quatre fois sur l'année, ils se retrouvent pour la réception VIP organisée par le club. Grâce à la télévision et la presse locales, relayant les rencontres sportives, ils profitent encore d'un coup de projecteur. Une autre motivation anime ces entreprises partenaires, ainsi que l'explique Olivier Chausteur : *« Il est intéressant pour elles d'associer leur société à un club de Farciennes, une commune qui bouge beaucoup du point de vue économique, surtout depuis l'Ecopole, un parc d'activités accueillant des entreprises orientées vers le développement durable. Hugues Bayet, le bourgmestre de la commune, qui a travaillé sur le dossier, n'est pas le demier à consulter les entreprises afin qu'elles aident les clubs qui promeuvent le nom de Farciennes. Pour les sociétés, et même si on ne parle pas du tout de passe-droit, cela facilite de facto les contacts avec le bourgmestre ».*

Dans le hall sportif, les noms des sponsors sont affichés…

www.oxyjeunesfarciennes.be

ARRIVÉE D'ALIBABA EN WALLONIE : tout le monde ne devrait-il pas

Carte blanche d'Olivier de Wasseige, Administrateur délégué de l'Union Wallonne des Entreprises (UWE).



	chaine	nombre d'employés	année
	PAYS-BAS		
1	Lidl	1.200	2018
2	Primark	400	2017
3	Ricoh	70 + 350 (DHL)	2016
4	Forever 21	250	2014
5	Hollister	65	2018
6	Lidl	200	2013
7	Bol.com	1.400	2016
8	Tesla	180	2013
9	Nokia	150	2013
10	Coolblue	165	2015
11	NSK	100	2017
12	Michael Kors	400	2016
13	Vida XL	400	2017
14	Hilfiger/CK	750	2016
15	Philips	230	2017
16	Microsoft	500	2012
17	DocMorris	500	2015
17bis	Zalando	1.500	TBC
	ALLEMAGNE		
18	Esprit	600	2017
19	Zalando	1.900	2014
20	Primark	50	2012
21	Amazon	1.000	2018
22	Amazon	2.000	2012
	FRANCE		
23	La Redoute	550	2016
24	Amazon	2.000	2013
	BELGIQUE		
25	Alibaba	?	2019
	TOTAL		
	16.560 jobs		

Au cours des jours qui ont précédé la signature du *Memorandum of Understanding* avec le groupe Alibaba, beaucoup d'encre a coulé au sujet de l'arrivée de ce géant de l'e-commerce en Wallonie. Il semble logique que tous les acteurs de l'économie wallonne s'en réjouissent. En effet, de nombreux emplois directs et indirects vont être créés. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : Alibaba annonce un premier investissement de 75 millions d'euros et 1.000 emplois directs, ce qui devrait entrainer la création d'environ 2.000 emplois indirects autour de la nouvelle activité aéroportuaire. C'est-à-dire, premièrement dans les entreprises qui interviendront dans la phase d'installation (construction des entrepôts, routes, bureaux, etc), mais aussi chez les sous-traitants et fournisseurs qui vendront à Alibaba des services « business » (transporteurs, logisticiens…) ou « de support » (sociétés de gardiennage, de nettoyage…). On a lu de nombreux témoignages d'entre eux, qui essaient actuellement de se positionner comme partenaires potentiels.

Deuxièmement, plusieurs sociétés locales (logistique, dédouanement, etc), bénéficient déjà de l'effet d'attraction que génère l'arrivée d'Alibaba chez d'autres prestataires d'e-commerce chinois, qui découvrent l'intérêt d'un positionnement dans cette zone logistique importante.

Troisièmement, de nombreuses entreprises wallonnes bénéficieront de l'infrastructure d'Alibaba, qui vient peut-être les concurrencer sur leur propre territoire, mais leur ouvre en retour une voie royale, aérienne et ferroviaire, services compris, vers environ 1,5 milliard de consommateurs potentiels ! Presque 50 % des exportations wallonnes se font vers les trois grands pays limitrophes (France, Allemagne, Pays-Bas), et 80 % en Europe. Soit sur un marché limité. La Wallonie a besoin d'exporter plus, et plus loin qu'en Europe, et une porte s'ouvre vers un immense marché, en profitant des infrastructures logistiques et des moyens de transport qui ne retourneront dès lors pas à vide vers l'Extrême-Orient. Alternativement, certaines entreprises wallonnes pourront dorénavant essayer de faire référencer tout ou partie de leur catalogue de produits sur la plateforme web d'Alibaba, plutôt que de gérer leur propre plateforme web.

Tout un écosystème boosté par Alibaba…

C'est donc tout un écosystème autour de l'export, l'e-commerce et la logistique, qui sera boosté par l'arrivée d'Alibaba, avec un effet structurant sur le tissu économique wallon, créateur de valeur ajoutée pour de nombreuses entreprises, mais aussi et surtout d'emplois dans ces entreprises partenaires ou clientes, outre les emplois créés par Alibaba elle-même. Ces dernières années, la plupart des centres de distribution qui servent les e-consommateurs belges s'étaient installés dans les pays limitrophes de la Belgique. Ils sont au nombre de 24 : 17 aux Pays-Bas, 5 en Allemagne et 2 en France, pour un total de près de 16.560 emplois ! Aujourd'hui, ces emplois se créent en Belgique. Mieux même : en Wallonie, qui est dorénavant sur la carte, en espérant qu'Alibaba ne soit qu'un premier point parmi d'autres.

s'en réjouir ?

Car l'Union Wallonne des Entreprises recommande depuis longtemps des politiques économiques favorisant le développement d'écosystèmes qui fédèrent des entreprises et leurs partenaires (sous-traitants, centres de recherche…), atteignent la masse critique en termes de compétences et emplois sectoriels, et renforcent de la sorte leur visibilité dans le radar des clients et des investisseurs étrangers. Alibaba est le deuxième dossier récent de ce type, après l'arrivée de Thunder Power à Charleroi, et le développement potentiel d'un cluster autour de la voiture électrique.
Il y a donc lieu d'être satisfaits, car cela montre que l'économie wallonne est dans une spirale positive, autour d'une dynamique nouvelle, où l'on accepte de tourner la page de certains actifs du passé, de changer de paradigme, d'oser miser sur des secteurs nouveaux, innovants, disruptifs. La Wallonie change et progresse, sur des fondations qui se solidifient.

> "L'économie wallonne est dans une spirale positive, autour d'une dynamique nouvelle…"

Ce qui est frappant, c'est que cela ne semble pas réjouir tout le monde. S'il est normal que certaines associations locales posent des questions au sujet des nuisances sonores, comment comprendre les premières réactions syndicales, qui se sont juste inquiétées de la précarité à long terme des emplois chez Alibaba et de la Commission Paritaire à laquelle le personnel sera rattaché ? Quel paradoxe, alors que notre but à tous, organisations patronales et syndicales, à côté de défendre les intérêts de ceux que nous représentons, devrait être de tout faire pour (re)mettre au travail un maximum de nos 214.000 demandeurs d'emploi wallons !

Création d'emplois

Et le comble n'est-il pas que certains critiquent la qualité des emplois qui y seront créés, en majorité pour des personnes avec peu de qualifications ? Dans le cadre de l'attrait d'investisseurs, la Wallonie ne doit-elle pas aussi tenir compte des qualifications des demandeurs d'emploi ? Faut-il rappeler que 45 % ne disposent pas d'un diplôme de l'enseignement secondaire du 3e degré ? Il est certain que tout doit être mis en œuvre pour permettre aux demandeurs d'emploi de se former et d'acquérir plus de qualifications. Néanmoins, des emplois resteront disponibles pour les non ou moins qualifiés, emplois offerts par des entreprises comme Alibaba. N'oublions pas que la Wallonie a un taux d'emploi nettement inférieur à ses voisins. Dès lors, il nous faut plus d'emplois pour les hautement qualifiés et qualifiés, mais aussi plus d'emplois pour les non qualifiés. On peut donc voir d'un bon œil le large éventail des emplois proposés par les (nouvelles) entreprises se développant en Wallonie.
En conclusion, réjouissons-nous de toute initiative entrepreneuriale, créons un climat propice aux entreprises, donnons confiance aux entrepreneurs afin qu'ils ne craignent pas d'oser entreprendre et se développer. Le politique ne peut pas tout, c'est l'esprit collectif qui doit changer ; le développement de la Wallonie passe par celui de ses entreprises et d'une culture entrepreneuriale. Une région qui n'aime pas ses entreprises et ses entrepreneurs ne peut que s'appauvrir !

La collection « JE VEUX SAVOIR ! », un outil pédagogique plébiscité par les enseignants…

La collection « Je veux savoir ! », créée par l'Union Wallonne des Entreprises, est sortie de presse il y a quelques semaines. Celle-ci consiste en deux livrets pédagogiques pensés comme supports de cours pour les professeurs d'économie. L'an dernier, près de 10.000 exemplaires de ces livrets ont été commandés.

Le premier livret, **« L'entreprise, je veux savoir ! »**, est consacré au monde des entreprises wallonnes et en est déjà à sa 11e édition. Il répond à des questions récurrentes comme : combien y a-t-il d'entreprises en Wallonie ? De quelle taille ? Dans quels secteurs ? Innovent-elles ? Sont-elles performantes sur les marchés internationaux ? Créent-elles de l'emploi ? De quelles compétences ont-elles besoin ? Se préoccupent-elles de l'environnement ? Que sont les « pôles de compétitivité » et les « clusters » ?
C'est une sortie de presse attendue, chaque année, par un nombre toujours croissant d'enseignants. Pas banal pour un projet issu du monde de l'entreprise, mais logique au vu des collaborations qui se sont nouées autour de ce projet. Le succès ne s'est d'ailleurs pas fait attendre et la brochure s'est rapidement imposée comme un outil pédagogique très prisé par les professeurs d'économie, tous réseaux d'enseignements confondus (général, technique, professionnel ou supérieur). L'an dernier, 5.000 exemplaires de cette publication ont été commandés et distribués dans les écoles. Suite à ce succès, l'UWE a étendu son catalogue avec une publication destinée à décrypter et vulgariser la dynamique observée sur le marché du travail en Wallonie. Ce second livret, **« L'emploi, je veux savoir ! »**, qui est à sa 5e édition, aborde ainsi des questions comme celle du chômage, du nombre d'emplois, de leur répartition géographique et des secteurs dans lesquels ils sont créés, des métiers en pénurie ou encore de l'importance de la formation et des études pour trouver un emploi. À nouveau, le succès a été au rendez-vous, et le stock de 5.000 exemplaires a été rapidement épuisé.
Précis, sans excès technique, ces livrets sont accessibles aux élèves du secondaire, mais s'adressent plus largement à toute personne désirant mettre à jour ou approfondir ses connaissances du monde des entreprises et du marché de l'emploi en Wallonie. Ils sont disponibles gratuitement et sur simple demande auprès de l'Union Wallonne des Entreprises, ou téléchargeables sur le site www.uwe.be, via l'onglet « publications ».

LEURS PRÉVISIONS ÉCONOMIQUES

Après le vent d'optimisme de 2018, c'est avec une certaine prudence que nos experts abordent l'année 2019. Guerre commerciale entre la Chine et les États-Unis, Brexit et élections européennes, entre autres, font planer un nuage d'incertitude sur l'économie mondiale. Quel impact sur les entreprises wallonnes? Six personnalités au regard avisé nous livrent leurs réflexions.

ALAIN BRAIBANT

© I Love Light

BERNARD KEPPENNE - Chief Economist CBC Banque

2019, une année incertaine

Ce sera une année compliquée. Le Brexit pourrait perturber les marchés. Les élections européennes sont peut-être porteuses de nouvelles tensions, de montée du populisme, d'interrogations. Angela Merkel ira-t-elle au bout de son mandat? Quid de la guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine? Quelle sera l'attitude des USA par rapport à l'Europe? Avec la fin du soutien des banques centrales, aux USA, on est peut-être déjà à la fin du cycle de normalisation des taux. La Banque Centrale Européenne va mettre fin à son programme d'assouplissement quantitatif en janvier et pourrait, en principe, faire la première hausse de taux après l'été 2019.

Le ralentissement de l'économie américaine interviendra peut-être en 2020 ou 2021. Après plus de dix ans de croissance, on arrive à une fin de cycle assez normale. On l'observe très bien dans le tassement du marché immobilier aux États-Unis ou le ralentissement des ventes de voitures. Cela pourrait être plus marqué avec les mesures prises par l'administration Trump. Si on a une vraie guerre commerciale entre la Chine et les USA, sur les 260 milliards qui restent encore d'importations chinoises, cela aura un impact encore plus négatif. Ensuite, les mesures fiscales de l'administration Trump, qui ont eu un effet positif en 2017 et 2018, risquent d'aggraver le déficit. Et cela peut encore accentuer cette correction de l'économie américaine.

On a noté un petit ralentissement de l'économie chinoise. Par contre, on voit que les autorités veulent assurer la croissance à long terme. Elles sont prêtes à prendre des mesures malgré le contexte commercial international. Elles ont cette capacité de voir les problèmes, de mettre les moyens en termes d'investissement pour les infrastructures, de décider de baisser les taux d'intérêt et de soutenir les crédits. C'est important.

Le Brexit et ses incertitudes

L'Europe a une économie ouverte. Elle est touchée par la guerre commerciale – qui a priori ne la concerne pas directement - entre les USA et la Chine. Le Brexit pèse aussi sur le moral des entreprises, comme le dossier italien. On voit la baisse du commerce international dans les chiffres des exportations allemandes. Au troisième trimestre, l'Allemagne a connu une croissance négative. On ne l'attendait pas. Et en Europe, la croissance au troisième trimestre n'a été que de 0,2 %. C'est assez faible. Le groupe KBC-CBC a revu ses prévisions de croissance pour la Belgique à 1,6 % alors qu'au départ on tablait sur 1,8 ou 1,9 %. La Belgique dépend fortement du commerce international. La Wallonie ne fait pas exception à la règle. Le Royaume-Uni est notre quatrième marché à l'exportation. Sans accord sur le Brexit, on va retomber dans les règles de l'OMC, avec des tarifs douaniers valables entre des pays sans accord spécifique et qui peuvent être extrêmement prohibitifs sur certains produits. Cela va toucher la Flandre en premier lieu, mais aussi la Wallonie, entre autres dans le secteur de la chimie, des biotechnologies et le secteur agroalimentaire.

DIDIER PAQUOT - Directeur du Département Économie de l'Union Wallonne des Entreprises

Un PIB en hausse de 1,5 %, si tout va bien

Le dernier point conjoncturel de l'UWE, en octobre dernier, a révélé, contre toute attente, un ralentissement de l'économie wallonne au cours du premier semestre de 2018. La principale cause est une performance des exportations moindre qu'attendue à la suite du ralentissement global du commerce mondial. C'est donc un frein à l'optimisme ambiant qui était de mise en 2017 et au début de 2018.

Heureusement, il semble que le phénomène ne devrait pas se poursuivre en 2019 car les entreprises wallonnes s'attendent à une légère reprise des exportations. Le maintien, au moins jusqu'à la moitié de l'année prochaine, de taux d'intérêt exceptionnellement bas devrait aussi continuer à soutenir l'activité. Il faut rappeler ici que le taux directeur établi par la BCE est de 0 %! Dans ces conditions, la progression du PIB wallon, qui semble désormais pouvoir tenir le rythme de la croissance de la Flandre de manière durable, devrait se situer au niveau de celui du pays, soit 1,5 %.

Attention à la situation internationale

Ce pronostic ne doit cependant pas nous entraîner dans un optimisme béat. Au contraire, il convient d'être attentif aux risques qui pèsent sur l'économie en général tels que la progression du protectionnisme dans la foulée de la politique « America first » prônée par le président Donald Trump. La situation en Europe peut aussi être fragilisée par l'entrée en vigueur du Brexit, le 29 mars prochain et par la situation des finances italiennes. Néanmoins, prudence ne signifie pas pessimisme! Le taux de chômage en Wallonie est de 9 %, le seuil historiquement le plus bas depuis 20 ans, mais toujours très élevé en valeur absolue, ce qui rend encore plus indispensables l'accompagnement et la formation des demandeurs d'emploi, en raison de la pénurie constatée dans toute une série de métiers et de services.

POUR L'ANNÉE 2019

BRUNO COLMANT - Économiste

La Wallonie avance lentement, mais elle avance

L'année dernière a été plutôt bonne puisque, sous l'angle des marchés financiers, il y a eu une forte progression des bourses, notable aux USA, solide en Europe, mais aussi très impressionnante dans les marchés émergents. Tout cela repose sur des taux d'intérêt restés extrêmement bas, plus bas que ce qu'on avait imaginé il y a un an.

Euro fort, dollar faible

De surcroît, en Europe, on continue à monétiser la dette. La Banque centrale achète des obligations d'État et les transforme en monnaie. Cela rend l'argent abondant et donc pas cher. Beaucoup d'entreprises ont restructuré leur endettement à des taux plus bas, ce qui leur a permis de solidifier leurs bilans.

Les Européens ont déjà dit qu'ils mettraient progressivement fin à leur soutien monétaire. Les Allemands considèrent qu'une monnaie doit être « disciplinante » et qu'une monnaie faible permet à des secteurs médiocres de continuer à prospérer alors qu'une monnaie forte oblige l'économie à s'adapter. Avec une politique monétaire plus rigide, l'euro devient plus fort. Mais attention, un euro fort, ce n'est pas bon pour les exportations.

Les Américains, pour leur part, ont différé une hausse des taux d'intérêt. Ils vont peut-être encore la repousser parce que cela permet d'avoir un dollar faible. Le dollar faible, c'est une forme de protection. Cela rend les importations plus chères et les exportations moins chères. C'est un protectionnisme qui s'impose sous l'angle monétaire.

Attention aux taux d'intérêt

À part les facteurs géopolitiques, ce sont donc les politiques monétaires qui vont influencer l'économie en 2019. Le monde est endetté comme il ne l'a jamais été. La dette mondiale, c'est à peu près trois fois le PIB mondial. Si tout à coup les taux d'intérêt montaient de 1 ou 2 %, beaucoup d'argent devrait être payé en plus par les emprunteurs aux prêteurs. La véritable fragilité, ce sont donc les taux d'intérêt. 2019 se présente plutôt bien, à condition que les politiques monétaires restent à la fois prévisibles et accommodantes.

En ce qui concerne la Wallonie, on s'attend à une croissance d'environ 1,8 %, ce n'est pas mal. Au niveau industriel, la Wallonie commence à prendre le bon tournant. Le plan Marshall et les pôles de compétitivité ne sont pas étrangers à cette évolution. Personne ne peut contester le bien-fondé de ces initiatives, ce sont donc des « trucs » à garder ! Je pense par exemple au pôle autour des biotechnologies à Charleroi. 1.000 personnes y travaillent alors qu'il y a 15 ans, il n'y avait rien ! La Wallonie est un gros bateau qui avance lentement mais qui avance…

PHILIPPE SUINEN - Président de la CCI Wallonie

« L'évolution des mentalités me rend optimiste »

En 2019, on peut être raisonnablement optimiste et s'attendre à ce que la Wallonie continue à aller mieux. Pour plusieurs raisons.

En premier lieu, elle bénéficie d'indicateurs économiques plus favorables en ce qui concerne l'emploi, le niveau de ses exportations et des investissements étrangers ou encore au vu de la floraison de plus en plus abondante de start-up innovantes.

D'autre part, la Wallonie a désormais très bien identifié ses deux principaux problèmes, à savoir le déficit de culture du risque et de la croissance et l'inadéquation en matière d'emploi entre l'offre et la demande, des lacunes régulièrement dénoncées dans le passé par les observateurs économiques en général et le patronat en particulier.

Un autre élément qui incite à un certain optimisme, c'est le fait qu'il existe en Wallonie une volonté de consensus face aux problèmes qui se posent ou qui vont se poser comme le Brexit, la question climatique ou le développement durable. Les organisations d'entreprises, les centres de recherche, le monde associatif et les représentants de la société civile l'ont encore confirmé récemment lors d'un colloque à Namur. Cela permettra de mieux anticiper les événements et de choisir les bonnes trajectoires de développement. Le seul bémol, ce sont les organisations syndicales qui continuent à privilégier l'idéologie et la lutte contre le capitalisme. Ce n'est pas le meilleur moyen d'attirer les investisseurs…

L'économie wallonne est désormais basée sur une plus large part endogène. Les start-up, dont je parlais plus haut, sont issues du génie local et non pas d'investissements étrangers. Il y a, par exemple, plus de mille étudiants-entrepreneurs en Wallonie.

Enfin, une économie de partage est en train d'émerger, comme à Charleroi où un groupement d'employeurs s'est constitué avec, notamment, la Sonaca pour l'engagement de personnel en commun, par exemple. On passe aussi progressivement, en particulier en matière de mobilité, d'une logique de possession à une logique d'utilisation qui se traduit par le partage de la voiture à différents moments de la journée.

Ces différents constats font penser que la Wallonie évolue dans le bon sens et est sur la bonne voie.

BELLE ET HEUREUSE ANNÉE 2019!

En 2019, nous vous souhaitons de concrétiser vos rêves les plus fous, de donner vie à de grands projets, de conquérir de nouveaux marchés internationaux et d'être passionné dans tout ce que vous entreprendrez.

Envie de réaliser vos rêves les plus fous? Faites-le avec DHL Express!
Quelle que soit la taille de votre entreprise, nous mettons à votre disposition les clés de notre succès pour réaliser vos rêves et livrer vos produits le plus rapidement possible en Belgique et aux quatre coins du monde.

www.dhlexpress.be – 02 715 50 50

© Kerff Pro Imaging

JOSEPH PAGANO - Économiste, Professeur de finances publiques à l'Université de Mons

Impact limité de la politique US et du Brexit

La croissance devrait se poursuivre modérément. Probablement pas beaucoup plus que 1,5 à 1,7 % du PIB. Cela devrait permettre de créer des emplois, mais pas nécessairement de faire baisser sensiblement le taux de chômage. En 2019, le budget de l'État restera légèrement déficitaire mais ce n'est pas un gigantesque problème. Par ailleurs, la Banque Centrale Européenne devrait cesser les injections de monnaie. Il y a donc une certaine crainte quant à une remontée - même légère - des taux d'intérêt. Ce ne serait une bonne nouvelle ni pour les entreprises qui doivent investir, ni pour les particuliers qui doivent acheter leur maison, ni pour l'État qui bénéficie fortement de la faiblesse des taux d'intérêt.

En 2019, Donald Trump en sera à sa troisième année. Et malgré tout, les impacts de sa politique commerciale restent limités. Les menaces sur les importations d'automobiles concernent surtout l'Allemagne, bien plus que la Belgique. On a aussi probablement exagéré l'impact du Brexit. On s'oriente vers un système où la Grande-Bretagne restera d'une façon ou d'une autre dans l'union économique. Et c'est aussi la caractéristique de l'économie de marché que de s'adapter. Par exemple, on constate une chute de la Livre Sterling. Certes, ce n'est pas bon pour nous, mais pour le Royaume-Uni, c'est une façon de se donner de l'air, de soutenir l'économie britannique.

Les secteurs les plus directement concernés, ce sont les secteurs exportateurs. En particulier, dans le cas de la Belgique, l'industrie pharmaceutique. Le secteur des services principalement orientés vers l'économie domestique sera à mon avis très peu touché. Et si on regarde la sidérurgie, ce n'est pas tellement le Brexit qui va lui faire mal, mais plutôt la concurrence des pays asiatiques à bas salaires. Toute une série de mécanismes font qu'à un certain moment, la catastrophe est souvent moins grande qu'on ne l'avait craint ou qu'il n'y a pas de catastrophe du tout. Bien sûr, il peut y avoir des impacts, mais je pense qu'ils resteront limités à quelques dixièmes de croissance en plus ou en moins. Probablement en moins évidemment. Mais on n'est pas dans des scenarii de catastrophe.

Ce qu'on peut espérer en Wallonie, c'est que les lourdes restructurations que nous avons encore connues, celles qu'on croyait terminées, ne se reproduisent plus à l'avenir, que les « gros » secteurs qui devaient faire l'objet de restructurations en aient terminé, y compris la banque, y compris la grande distribution. Mais c'est plus un espoir qu'une prévision.

Malgré tout, même s'il faut le dire avec beaucoup de prudence, la situation économique wallonne se renforce, avec l'arrivée de nouveaux secteurs. S'il y a des créations d'emplois l'année prochaine, je les vois plutôt dans les secteurs des services ou alors à haut contenu technologique. On a besoin surtout de beaucoup de créativité et d'intelligence et il n'y a aucune raison de penser que les Wallons sont moins créatifs et intelligents que leurs voisins.

© Christophe Ketels / Compagnie Gagarine

PASCALE DELCOMMINETTE - Administratrice générale de l'AWEX

La voie d'une croissance solide

Suite à une année 2018 où les exportations wallonnes franchiront aisément la barre des 40 milliards d'euros et s'approcheront d'un rythme de croissance de 10 %, nous anticipons en 2019 la poursuite de leur expansion.

Nos exportations seront stimulées en 2019 par des perspectives d'évolution de la conjoncture internationale qui demeurent favorables. Le niveau des principaux indicateurs conjoncturels reste globalement élevé, ce qui porte à croire que l'économie mondiale s'est installée durablement sur la voie d'une croissance solide.

L'économie mondiale continuera à profiter d'une dynamique bien ancrée de croissance se diffusant à l'ensemble des principales zones économiques, malgré les tensions commerciales générées par l'administration américaine et les turbulences financières qui agitent certaines économies émergentes d'envergure, telles que l'Argentine, le Brésil et la Turquie. Même si les mesures protectionnistes mises en place par des grands acteurs (principalement les États-Unis et la Chine) affecteront les flux de commerce, l'ampleur de ces restrictions demeure jusqu'à présent très limitée par rapport au volume global du commerce international. Au contraire, le commerce international profitera du dynamisme de l'économie américaine ainsi que de la bonne santé de plusieurs régions émergentes, notamment en Asie, en Afrique subsaharienne et en Europe centrale et orientale.

Les fondamentaux des investissements demeurent bien orientés, laissant augurer d'une poursuite de leur expansion. En effet, les taux d'intérêt sont faibles, l'accès au crédit relativement aisé, la rentabilité des entreprises domestiques très bonne et la croissance attendue de l'activité demeure largement positive. Pour ces raisons, les dernières prévisions du FMI tablent sur le maintien d'un niveau élevé de croissance du PIB mondial en 2019 (+3,7 %).

158 actions dans 79 pays

L'AWEX offrira en 2019 la possibilité aux entreprises wallonnes de tirer profit des opportunités offertes par l'expansion économique mondiale via son programme d'actions de prospection à l'étranger. L'AWEX propose aux exportateurs wallons l'organisation de 158 actions de promotion et de prospection commerciale. Le programme d'actions 2019 couvre 35 secteurs d'activités différents et vise 79 pays.

Sur le plan géographique, l'AWEX, fidèle à sa mission fondamentale de diversification géographique des exportations wallonnes inscrite dans son contrat de gestion, continuera à stimuler la promotion des ventes des entreprises vers les marchés dits à la grande exportation et à fort potentiel de développement. En 2019, plus de 67 % du programme d'actions commerciales seront réalisés dans des régions situées à l'extérieur de la zone Euro. La volonté d'amplifier la présence des firmes wallonnes sur des marchés plus lointains et difficiles se traduit par l'organisation de 13 actions dans les poids lourds de l'économie mondiale émergente que sont les BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud).

97e SALON DE L'AUTO DE
11 palais pour quelques belles

Cette 97e édition réservera quelques belles surprises au hasard des 11 palais d'exposition. Fait exceptionnel à l'échelle mondiale : toutes les marques du marché belge ont répondu présent et les motos se partageront les palais 8 et 9. Bonne découverte !

AUDI

Après le Q8, coupé de la Q7, Audi lance le nouveau Q3 deuxième génération : plus long de 10 cm, banquette arrière coulissante et dossier inclinable, coffre de 530 à 675 litres. Plus l'e-tron (408 ch) version coupé, électrique et 4X4 dudit Q3. En sus des nouvelles A1 (95 à 200 ch essence) et A7 Sportback qui côtoient l'A4 remise au goût du jour avec un lifting de la face avant.

BMW

Plusieurs premières belges. Soit la nouvelle et 7e génération série 3 (4,71 m soit 8,5 cm supplémentaires) qui abrite des 4 cylindres 320 i, 330 i, 318 d et 320 d comme un 6 cylindres diesel 330d. Coup d'œil aussi sur les nouvelles et luxueuses X5 (265, 340 et 400 ch.) de quatrième génération. Toujours en première roue-jaune-noir, les roadsters Z4 (197, 256 et 340 ch.) à capote souple et les coupés et cabrios série 8 comme les X7, M5 et M2 Compétition.
Précisons encore que les BMW Série 5 Berline et Touring sont désormais disponibles en version 518d de 150 ch.
La BMW Série 6 Gran Turismo bénéficie d'une version '620d' de190 ch. Sans oublier la BMW 530e iPerformance Berline.

CITROEN

Les SUV C3 Aircross et C5 Aircross (4,50 m) essence/diesel de 130 et 180 ch tiennent la vedette avec le nouveau Berlingo à même d'accueillir 5 ou 7 passagers.

DS

On découvre le DS3 Crossback dont l'originalité du design est l'atout majeur. Dispo en essence (100, 130, 150 ch.) et diesel (100 ch.) comme en 100 % électrique.

FORD

Une première mondiale avec la Mondeo Hybrid Clipper Station Wagon et quatre premières belges : la Focus Active, le facelift du Edge ainsi que les Ranger Raptor, Transit Custom PHEV et Transit 2T.

HONDA

Le HR-V affiche une proue renouvelée et le CR-V oublie le diesel et se propose Hybride en première belge.

HYUNDAI

Le crossover Kona opte aussi pour l'électrique tandis que le Nexo s'en remet à une pile à combustible.

KIA

Après la Ceed, ce sont les Ceed GT (204 ch) et l'élégant break Proceed (120, 140 et 204 ch. ess + 136 ch diesel) qui animent le stand coréen.

LAND ROVER

Le nouveau Range Rover Evoque est en première mondiale à Bruxelles !

LEXUS

L'hybride règne en maître au sein du premium de Toyota. Ainsi les new coupés RC 300 h dont le look a été repensé, la grande (5 mètres) routière ES 300 h qui remplace la GS et le SUV UX250h (109 et 146 ch.) basé sur le Toyota C-HR : ces deux nouveautés sont des premières belges.

M for MERCEDES

Le pimpant neuf crossover GLE de la 4e génération avec un coffre de 825 litres et la nouvelle classe A également en 4 portes font la fierté de Stuttgart ! À l'instar du SUV électrique EQC qui libère 300 ch. Les B180, la E 300 break diesel plug-in hybrid et les AMG GT 4D 63 S sont en première belge.

MINI

Focus sur les MINI 60th Anniversary Edition et MINI JCW (John Cooper Works).

MITSUBISHI

SUV hybride rechargeable le plus vendu en Europe, l'Outlander PHEV est déductible à 100 %.

OPEL

30 ans que l'Opel Combo nous est familier ! Il en est à sa 5e génération et offre deux profils : camionnette et ludospace.
Cousin germain des Berlingo et Partner, élaboré dans la philosophie « voiture de tourisme », sa déclinaison « utilitaire » est des plus plaisantes.

PEUGEOT

Le break 508 est doté d'un coffre de 530 dm^3 et d'une garde au toit arrière plus élevée que la berline 508.

BRUXELLES (19 AU 27 JANVIER 2019) surprises !

RENAULT

Plus élégant à l'extérieur comme à l'intérieur et plus dynamique, le nouveau Kadjar abrite de nouveaux blocs essence (140 et 160 ch) comme diesel (115 et 150 ch).

SEAT

Après l'Ateca et l'Arona, c'est le SUV Tarraco (4,74 m) qui ravira les familles nombreuses puisqu'il embarque sept âmes ! Des motorisations essence et diesel de 150 et 190 ch ainsi que deux ou quatre roues motrices figurent au catalogue.

SKODA

La Fabia se refait une beauté mais la nouveauté est la Scala : une berline compacte 5 portes qui remplace la Rapid et sa version Spaceback.

SUZUKI

Après le restylage du Vitara désormais dispo uniquement en essence, c'est le Jimny qui fait le buzz. 1.500 cc au lieu de 1.300 cc, nouveau châssis, 4X4 de série, ce mini SUV all-road garde intacts son pouvoir de séduction et ses dispositions all-road.

TOYOTA

Une première belge : la revenante berline et break Corolla avec deux motorisations hybrides éclipse l'Auris, la Camry réapparaît et l'Avensis quitte la route. Pour la première fois sur notre sol, le RAV4 se rafraîchit - design et habitabilité - comme la Yaris. En attendant le come-back de la Supra.

VOLVO

Trois premières européennes. Le break V60 se double désormais de la berline S 60 dont la malle arrière atteint 442 litres pour 380 litres à la génération précédente. Les V60 CC et S 90 I sont aussi des premières sur notre continent.

VOLKSWAGEN

Et un SUV de plus ! Compact, le T-Cross se veut polyvalent, modulable avec un coffre généreux. Il reçoit 3 moteurs essence de 95, 115 et 150 ch ainsi qu'un diesel de 95 ch. Trois niveaux de finition et Pack le rendent authentiquement séduisant.

2019 saluera aussi les nouvelles Alfa Giulia Sportwagon, Audi A3 et Q4, BMW série 1, Dacia Sandero, DS 8, Lada Niva, Land Rover Defender, Mazda 3, Mercedes GLA, Nissan Juke, Opel Corsa, Peugeot 208 et 2008, Porsche 911 et Taycan, Renault Clio, Volvo V40 et VW Golf.

Dans un autre registre, on pointe les Aston Martin

DBS Superleggera de 725 ch, **Ferrari** Pista de 720 ch comme les Monza SP1 et SP2 de 810 ch, **Jaguar** F-Pace SVR avec un V8 de 550 ch, **Lamborghini** Aventador SVJ de 770 ch et le SUV Urus avec ses 650 ch, le **Range Rover** Sport P400e hybride rechargeable de 404 ch, le SUV **Maserati** Levante avec ses 550 ch, les **Porsche** Panamera avec V8 bi-turbo de 460 ch, le SUV **Rolls-Royce** Cullinan avec ses 5,34 m en longueur, 2,7 tonnes sur la balance et 571 ch lâchés par un V12 de 6,75 litres et la berline familiale **Tesla** Model 3.

Quelques chiffres…

En 2016, on dénombrait quelque 440.000 voitures immatriculées en véhicules de société. Et selon GOCAR, un quart seulement des bénéficiaires de cet avantage sur quatre roues possèdent le libre choix de la marque, du modèle et du budget. Et les cabriolets comme les 4X4 ne sont pas accessibles à tous, loin s'en faut. Par ailleurs, il est établi que la durée de vie moyenne d'une voiture de société est de 2,4 ans pour 8,9 ans pour celle d'un particulier.

Fin novembre

Au terme du onzième mois de 2018, FEBIAC annonçait 526.435 immatriculations. Soit une hausse de 1,53 % par rapport à l'année précédente. En tête du top ten, VW avec 50.941 immats devant Renault qui comptabilise 47.504 plaques pour 40.841 à Peugeot. BMW est 4e (38.400), Mercedes 5e (34.195), Opel (32.892) 6e. Audi (27.776), Ford (22.515), Citroën (22.482) et Hyundai (21.126) complètent ce classement des 10 meilleurs performers. Sous la barre des 20.000 immats, Volvo et Kia progressent le mieux. Seat, Mazda, Jeep, Jaguar, Alfa et Mitsubishi enregistrent aussi un accroissement mais n'atteignent pas encore les 10.000 enregistrements à la DIV.

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

trouvez les 7 différences !

Choisissez-vous la relation commerciale transparente de Westlease, ou vous laissez-vous leurrer par une société de leasing traditionnelle ?

Nous faisons la différence!
Quelques raisons de choisir Westlease :

- Des contrats transparents ; une fin de contrat sans surprise.
- Une personne de contact unique ; nous connaissons votre dossier.
- Un service sur mesure ; une PME au service des PME.
- Des formules innovantes : Start2Lease & Start2Cycle

Plus d'infos sur westlease.be

NOTRE APPROCHE CRÉATIVE · LAISSEZ-NOUS VOUS SURPRENDRE AVEC

TESTEZ-NOUS !

westlease

« NOUS PROTÉGEONS VOS ACTIFS INTELLECTUELS… »

- un groupe leader dans son secteur en Belgique
- services sur mesure et compétences complémentaires au sein des équipes
- une nouvelle antenne à Louvain-la-Neuve pour renforcer la proximité avec les clients

S. HEFFINCK

Leader belge

Société familiale belge fondée il y a 120 ans, Gevers a presque toujours été gérée par la famille éponyme… Aujourd'hui, cette dernière en détient 55 % des parts, les 45 % restants étant aux mains de 25 associés.

Le groupe se positionne comme le leader belge dans la protection des droits de propriété intellectuelle « au sens large », précise Christophe Noël, responsable de l'antenne Brabant wallon. *« Nous sommes même l'un des cabinets phares en Europe »*, complète le juriste.

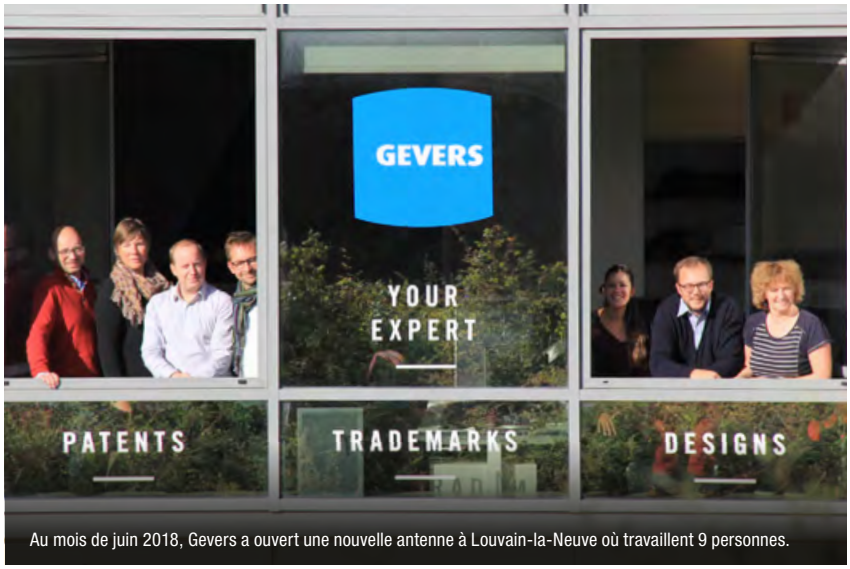
Qu'il s'agisse de brevets, marques, dessins, modèles, droits d'auteur, noms de domaine… **Gevers protège tous ces actifs intellectuels pour ses clients et les assiste pour toutes leurs questions en matière de stratégie.**

Les avantages de mettre à l'abri ses inventions, innovations sont divers, outre le premier qui saute aux yeux : se prémunir de potentiels contrefacteurs. Un dépôt de brevet garantit aussi un monopole d'exploitation pour une durée définie. Et, last but not least, il engendre des revenus et une valorisation de la société. *« Si déposer une marque Benelux ne coûte que 625 euros HTVA, lorsqu'il s'agit d'un brevet, cela se chiffre en milliers d'euros, en général entre 8.000 et 10.000 euros pour la Belgique uniquement. Le travail est en effet de longue haleine ; il doit être très précis »*, justifie Christophe Noël.

Une antenne en BW

Pour la France, la Suisse et la Belgique, **Gevers emploie 270 personnes** de différentes nationalités. Chez nous, elle a dispersé ses implantations sur Diegem, le siège social, Liège, Anvers, Gand, Hasselt et Louvain-la-Neuve. Cette dernière antenne a ouvert au mois de juin de cette année ; son équipe est constituée de 3 juristes, 3 ingénieurs et 3 assistantes. **En s'établissant dans l'AxisParc, la société a voulu jouer la carte de la proximité avec les clients.** *« Nous couvrons le Brabant wallon, mais aussi le Hainaut et Namur. Nous voulons renforcer nos contacts avec nos clients, permettre à ceux-ci de mettre des visages sur des noms et leur présenter tout l'éventail des services mis à leur disposition. Ici, dans l'AxisParc, nous bénéficions d'une situation centrale et d'un cadre vert… et épargnons à notre personnel, issu du Brabant wallon, de pénibles déplacements vers la capitale »*, apprécie Christophe Noël. L'endroit fourmille, du reste, d'entreprises innovantes, cibles de premier choix pour Gevers. Et les perspectives s'annoncent des plus alléchantes avec le futur China-Belgium Technology Center, premier incubateur chinois en Europe. *« Des pistes de collaboration se dessinent avec les responsables du CBTC »*, affirme le responsable de l'antenne Gevers du BW. La Chine, dont l'économie chinoise est en pleine croissance, est devenu un acteur majeur en matière de dépôt de marques et brevets. Et Gevers se veut un interlocuteur de premier plan pour aider les sociétés belges à s'implanter en Chine et inversement. Elle est d'ailleurs dotée, depuis plusieurs années, d'un « China Desk » s'appuyant sur des experts chinois dans tous les domaines de la propriété intellectuelle…

Concilier expérience et opportunités, c'est là l'une des forces d'un groupe d'envergure.



Au mois de juin 2018, Gevers a ouvert une nouvelle antenne à Louvain-la-Neuve où travaillent 9 personnes.

« Nous offrons des services à la carte pour le petit indépendant, la PME en plein essor ou la multinationale… »

(Christophe Noël, responsable antenne BW de Gevers)

GEVERS
Bureau de Louvain-La-Neuve - AxisParc Campus
Rue Emile Francqui, 1 à 1495 Mont-Saint-Guibert
Tél. : 010/39.40.10 - www.gevers.eu

[Couplet Sugars]

170 ANS DE PLAISIRS SUCRÉS

Couplet Sugars est l'un des leaders mondiaux en spécialités sucrières. L'entreprise à l'actionnariat 100 % familial, installée dans le Tournaisis, exporte ses produits dans 64 pays. Aujourd'hui, la 6e génération à la tête de la sucrerie célèbre les 170 ans de l'activité et inaugure les investissements de quelque 40 millions d'euros.

CAMILLE DESAUVAGE

3 sur 4 ! Couplet Sugars fournit le sucre perlé pour 3 gaufres de Liège sur 4 dans le monde !

Sa spécificité est de produire des **sucres spéciaux destinés à de nombreux domaines de l'agroalimentaire** : la boulangerie, la pâtisserie, la biscuiterie, la chocolaterie, la confiserie et la restauration. La gamme comporte le sucre perlé ou encore le sucre brun, dont la cassonade, qui a été un produit phare de l'entreprise et qui, aujourd'hui encore, est largement utilisé notamment pour la fabrication d'une autre spécialité belge, les spéculoos. Ce sont aussi des sucres fondants, des sucres enrobés, des sucres glace, autant de solutions sucrantes que l'entreprise propose à ses clients pour rendre les produits alimentaires goûteux et agréablement décorés.

> « Nous cherchons à apporter des solutions créatives et innovantes avec facilité d'emploi qui allient saveurs et plaisir des yeux. »

Plaisirs des palais

« *Notre métier est d'apporter à nos clients des ingrédients qui vont permettre aux produits qu'ils fabriquent de faire la différence, en apportant des touches de saveur, de plaisir pour le palais et les yeux. Et ce, tout en respectant leur cahier des charges sur le plan de la qualité et en apportant de la créativité et de la facilité de mise en œuvre à leurs recettes* » déclare Ignace Couplet, CEO.

D'autres secteurs d'activité que celui de l'industrie alimentaire font également appel aux spécialités sucrières de Couplet Sugars. « *L'industrie pharmaceutique emploie par exemple le sucre comme support aux principes actifs de certains médicaments. L'entreprise produit aussi un sucre destiné à l'apiculture ; celui-ci sert au nourrissement des abeilles en hiver.* ***Pour répondre aux attentes des consommateurs, certains sucres sont certifiés sans gluten, casher ou halal et il existe depuis peu un sucre brun et un sucre perlé bio.*** »

Innover pour des solutions sur mesure

Après avoir doublé son activité ces 15 dernières années, l'entreprise ambitionne d'augmenter encore son volume d'affaires de 50 % dans les 5 années à venir. Pour mettre en œuvre cette ambition, elle a investi plus de 40 millions d'euros dans deux nouvelles lignes de production : une tour de 7 étages pour la production des sucres perlés et une unité de production automatisée pour les sucres fondants. Les nouveaux équipements doivent permettre à la fois d'augmenter la productivité, la capacité, mais aussi d'élargir la gamme des produits. De nouveaux halls de stockage et de nouveaux bureaux ainsi qu'un centre de recherche et d'application ont été construits en 2017 et 2018. « *Ce dernier est constitué d'un laboratoire de recherche juxtaposé à un atelier de boulangerie et pâtisserie grandeur nature, piloté par un maître boulanger - pâtissier qui met au point de nouvelles recettes et applications. Il se tient à disposition des clients pour co-développer des solutions répondant à leurs cahiers des charges. L'équipe de Couplet Sugars y accueille déjà les équipes de recherche et développement des clients afin de collaborer avec elles à la mise au point de produits parfaitement adaptés à leurs besoins.* »

La culture d'entreprise : l'humain

L'entreprise marque une attention particulière à l'implication des collaborateurs grâce à l'expérimentation d'un management plus participatif. « *Cette démarche participative permet d'augmenter l'implication, l'autonomie, la motivation des collaborateurs et produit un effet stimulant pour avancer dans la vision et le projet d'entreprise. Ce nouveau mode de fonctionnement crée de l'enthousiasme et nous encourage à relever de nouveaux défis ensemble* » raconte Ignace Couplet.

De nouveaux marchés

Outre dans les pays d'Europe qui possèdent une large tradition dans la biscuiterie et la boulangerie, les produits de Couplet Sugars sont présents aux États-Unis, en plein développement d'ailleurs, en Arabie Saoudite, notamment pour des applications dans les produits pour bébés, mais aussi en Chine, au Japon, en Australie et en Amérique du Sud. La société mise beaucoup sur la recherche et le développement pour répondre aux exigences d'un marché en constante évolution. ***« L'objectif est d'être à l'écoute des attentes de ses clients, avec notamment des solutions répondant aux demandes de produits sucrants plus diététiques, comme ce fut le cas récemment avec la création d'un sucre fondant allégé. Nous veillons à être en phase avec les tendances de l'alimentation et de la nutrisanté. »***

COUPLET SUGARS
Rue de la Sucrerie, 30 à 7620 Wez-Velvain
Tél. : 069/34.36.50 - www.coupletsugars.com
info@coupletsugars.com

[Hôtel Aero 44]

SE SENTIR « COMME CHEZ SOI » À DEUX PAS DES PISTES

Idéalement situé au cœur de l'aéropôle de Gosselies et à quelques encablures du Brussels South Charleroi Airport, le Best Western Aero 44 accueille une clientèle hétéroclite tant professionnelle que particulière. Loué pour son restaurant, cet établissement convivial où règne un esprit familial est également un traditionnel lieu de décontraction pour les Carolos…

GAËTAN DI GRAVIO

Le développement du Brussels South Charleroi Airport, devenu l'un des poumons économiques du Pays Noir et le renouveau du centre-ville carolo ont de quoi réjouir les dirigeants de l'Hôtel Aero 44. D'une part, parce qu'ils sont fiers de cette région qui les a adoptés - et dans laquelle ils soutiennent notamment de nombreux projets sportifs - et d'autre part, parce que cet essor a permis de pérenniser l'activité, ce qui n'était pas gagné d'avance…

« Lorsque mon père a fondé l'entreprise en 2005, il n'y avait pas grand chose dans l'aéropôle, à part Caterpillar, et le BSCA était considéré comme un petit aéroport. On l'a pris pour un fou et beaucoup se demandaient comment un établissement hôtelier pourrait perdurer à cet endroit… mais il s'avère qu'il a plutôt été un visionnaire ! » s'amuse Julien Tagnon, Directeur de l'Aero 44. « Il est vrai que nous avons vécu deux premières années difficiles au cours desquelles nous avons dû apprendre et écouter nos équipes car, malgré notre expérience en matière de gestion d'entreprise, nous n'étions pas issus du monde de l'hôtellerie. »

> « La charte « Best Western » garantit un service de qualité à nos clients »

Clientèle hétéroclite

Les incertitudes ont aujourd'hui fait place aux louanges. D'abord quant à la position géographique de l'hôtel, qui a vu de nombreux concurrents pousser aux alentours de Gosselies et Charleroi, mais aussi pour les qualités reconnues de l'établissement, affilié à la chaîne Best Western, « a*u sein de laquelle chaque hôtel garde son indépendance tout en respectant la charte du groupe, qui effectue des audits quantifiables annuels* » précise Julien Tagnon. « *Ceci nous permet de rester à la page, mais garantit surtout au client de bénéficier d'un service qualité minimum obligatoire. Dans ce métier de proximité et de contact, le client doit se sentir comme chez lui et, au terme de son séjour, il doit avoir l'envie de revenir chez nous. Dans cette optique, nous restons à l'écoute de notre clientèle - business ou tourisme et tellement hétéroclite qu'elle peut venir du Brésil, d'Australie… ou de Charleroi-Centre ! - et de ses besoins particuliers, tout en essayant de faire les choses avec simplicité, professionnalisme et convivialité.* »

L'Aero 44 compte 68 chambres standard et 32 chambres de type « appart'hôtel ».

Un « vrai » restaurant

L'Aero 44 compte 68 chambres standard (complètement rénovées en 2017 malgré le coup dur qu'aura été la fermeture de Caterpillar), 32 chambres de type « appart'hôtel », des salles de séminaire, mais aussi un restaurant, « L'Evasion », qui se démarque de l'image traditionnelle du "restaurant d'hôtel". *« D'abord parce qu'il est ouvert à tous, et pas uniquement aux clients résidents, mais surtout parce que nous y servons une cuisine française de qualité, préparée avec des produits frais par notre chef de toujours, Olivier Poucet. Il s'agit aussi d'un lieu de rencontre idéal pour de nombreux carolos qui prennent leur lunch d'affaires du midi dans un espace où ils confient bien se sentir.* » Tout comme le bar de l'hôtel - surnommé « Le Virage » par ses habitués - très fréquenté le vendredi par des clients qui peuvent y entamer leur week-end en toute décontraction après une dure semaine de travail !

HOTEL AERO 44
Rue Louis Blériot, 4 à 6041 Gosselies
Tél.: 071/31.32.11 - www.aero44hotel.com
www.levasion.be

[DK Conseils]

LE COURTIER TOUJOURS À VOS CÔTÉS !

Depuis près de trois décennies, le courtier en assurances DK Conseils s'est spécialisé pour répondre aux besoins toujours plus évolués des entreprises et des professionnels. Assurément humain, DK Conseils accompagne ses clients tout au long de leur vie, professionnelle ou privée…

GAËTAN DI GRAVIO

Nadine Dagnely et André Keppers occupaient tous deux de belles fonctions dans des compagnies d'assurance lorsqu'ils ont décidé de lancer leur activité propre dans les années 90. *« Maman avait du mal à accepter l'idée qu'une femme ne puisse accéder à des fonctions supérieures et s'est ainsi installée seule comme indépendante, démarrant « from scratch » avec zéro client ! La tournure des évènements étant très positive, papa a à son tour quitté son boulot pour la rejoindre »* confie Frédéric Keppers, leur fils, qui gère désormais DK Conseils, après avoir connu la politique, notamment via un poste dans un cabinet ministériel. *« Dans le même temps, j'ai suivi une licence spécialisée en assurances. Il y avait là un challenge très excitant pour moi : revenir aux sources à Charleroi tout en prouvant à mon entourage bruxellois et brabançon qu'il était possible d'y développer un business pérenne ! Nous avons effectué cette transition familiale tous ensemble, préservant ainsi l'aspect humain de l'entreprise, surtout vis-à-vis de notre personnel ! »*

Présent aux expertises

Et d'humanité, il en est question tous les jours pour les dix membres de l'équipe de DK Conseils. Car si le rôle d'un courtier doit être de conseiller la solution idéale en fonction des besoins du client, c'est à l'après-vente qu'il s'agit surtout d'être le meilleur… *« La particularité de notre métier, c'est de vendre un produit et d'espérer ne jamais devoir vérifier qu'il est efficace ! Nous jouons un rôle d'intermédiaire, mais aussi de conseiller, qui se place du côté du client, tout au long de son parcours de vie, professionnelle ou privée ! L'aspect qui prime chez DK Conseils, c'est de bien l'entourer en cas de pépin. Nous cassons le slogan « Assureurs voleurs » et le remplaçons par « Courtier, toujours à vos côtés ! » Même physiquement, puisque nous sommes presque toujours présents aux expertises ! »*

> « La particularité de notre métier est de vendre des produits dont nous espérons ne jamais devoir vérifier l'efficacité ».

Des besoins qui évoluent

Les recommandations de DK Conseils se veulent objectives, le courtier étant indépendant vis-à-vis de tous ses fournisseurs et ayant démontré toute sa compétence depuis près de trois décennies. *« Nous avons une grande expertise en matière de conseils aux particuliers mais, au fil des années, notre bureau s'est spécialisé envers les professionnels et les entreprises. Les dirigeants d'entreprise sont souvent bien orientés quand il s'agit de la protection de leur patrimoine « matériel », mais négligent parfois celle de leur propre personne et ne sont pas toujours bien conseillés sur les possibilités relatives à leur personnel… Alors que tous sont les moteurs de leur activité ! »* L'on pense, par exemple, aux assurances-groupes qui peuvent également être considérées comme des *« leviers de management »*, aux assurances qui s'avèrent être des outils d'optimisation fiscale ou aux produits permettant d'envisager une pension plus confortable. *« Mais aussi à des solutions évoluées pour des besoins qui évoluent : cyber-rattaques et ransomwares, RGPD, atteinte à l'e-réputation, etc. Chez DK Conseils, nous sommes en mesure d'apporter la compétence technique suffisante pour protéger nos clients qui souhaitent se prémunir face à ce nouveau type de risques… »*

DK CONSEILS
Avenue Paul Pastur, 355
à 6032 Mont-sur-Marchienne
Tél. : 071/47.27.43 - www.dkconseils.eu

OPTICABLE favorise la relation client/salariés via une rencontre exclusive

GAËTAN DI GRAVIO

Le 26 novembre dernier, Opticable organisait pour la seconde fois - après avoir reçu Proximus en 2015 - une journée d'échanges entre un client majeur et ses salariés. Cette rencontre originale, qui s'inscrit dans le programme « Un client dans l'usine » mis en place par le Groupe Nexans, mettait cette fois à l'honneur les Français d'Ineo Infracom, filiale de Engie spécialisée dans l'installation et l'aménagement d'infrastructures télécoms.

« Le but de cette invitation, à l'initiative d'Opticable, est de mettre notre personnel en relation directe avec le client » expliquait Maxime Menant, Plant Director de l'entreprise de Frameries. *« Il ne s'agit pas là de l'évènement de la Direction ou du Comité de Direction, mais bien de celui des salariés ! »* insistait-il encore auprès de ces derniers dans l'espace « conférence » monté pour l'occasion au cœur même des ateliers ; un dispositif audio HF y permettait des échanges audibles à proximité des machines produisant des câbles à fibres optiques. *« L'ensemble du personnel bénéficie là d'une opportunité unique de pouvoir échanger, sans filtre, avec ce client qui travaille quotidiennement avec le matériel que nous lui fournissons. »*

Les représentants d'Ineo Infracom et le personnel d'Opticable ont ainsi relevé les points forts et les points faibles de leur collaboration, placée sous les signes de la qualité, de l'innovation et de l'orientation « service ». Ce dernier soulignant, au passage, la volonté d'Opticable de ne pas être considéré uniquement comme un câbleur, mais bien comme un fournisseur de solutions.

Des pistes d'amélioration ayant été envisagées et les perspectives d'avenir abordées par les deux parties, les représentants du client français ont salué l'initiative : *« La relation entre ces acteurs des télécoms que sont Opticable et Ineo Infracom est ancienne et privilégiée. Il était très important pour nous de pouvoir rencontrer ces personnes qui œuvrent à produire les câbles que nous utilisons… »*

Le drink convivial qui ponctuait cette rencontre était précédé d'un tirage au sort désignant les gagnants d'un quiz organisé au préalable auprès du personnel. Les huit heureux vainqueurs auront la possibilité de se rendre ensemble sur chantier pour se rendre compte par eux-mêmes de la

façon dont Ineo Infracom travaille avec les câbles sortant des installations d'Opticable. Histoire, somme toute, de boucler la boucle de manière plus traditionnelle, mais pas moins intéressante pour autant !

OPTICABLE
Rue de l'Europe, 23 à 7080 Frameries
Tél. : 065/61.04.11

La belle opportunité marocaine

Comme cela a encore pu être constaté à l'occasion d'une récente mission économique belge, qui comprenait plus de 450 participants, **le Maroc constitue une opportunité de choix pour nos entreprises**. Au nom de la CCI Wallonie et de ses Chambres locales, Philippe Suinen a signé, le 28 novembre 2018, en présence de la Princesse Astrid, un accord-cadre de coopération avec la plus grande Chambre marocaine, la Chambre de Commerce, d'Industrie et des Services de Casablanca - Settat, présidée par Yassir ADIL. Par ce texte, les Chambres prévoient de renforcer

leur rôle de relais et d'accompagnateur des entreprises et de mettre en place des contacts PME par et avec les PME intéressées.

Ce partenariat vient renforcer significativement le réseau déjà établi par la CCI Wallonie, qui comprend la CCIA Vilnius (Lituanie), le CCPIT Hunan (Chine), la CCI Bénin, la CCI Cap Bon (Tunisie) et la CCI Vojvodina (Serbie).

La CCI Wallonie et les Chambres locales de Wallonie sont à la disposition des entreprises wallonnes pour les aider à entrer en contact avec des entreprises de ces territoires et, le cas échéant, à tisser des relations de partenariat avec elles.

http://cciscs.ma/

IMPORT & EXPORT CLUB: Russie et pays de l'Union Économique Eurasiatique

Réunion 3 chez Carrier Europe

(Nivelles - 22 novembre 2018)

En fin d'année 2018, c'est un membre de la CCI du Brabant wallon, M. Michael DEBLAERE, CEO de CARRIER EUROPE, qui accueillit l'Import & Export Club dans ses bâtiments flambant neufs, situés rue Joseph Luns dans le Parc d'affaires « Portes de l'Europe », dans le zoning Nord de Nivelles. Une fois de plus, la réunion fut très instructive grâce, cette fois, aux orateurs : Arkady Arianoff (Belgian-Luxembourg Chamber of Commerce for Russia & Belarus), Valéry Sa farian (Belgian Armenian Chamber of Commerce), Varos Simonyna (Ambassade d'Arménie pour l'UE) et Alexander Nikolaev (SGS Certification). Comment trouver des partenaires et s'implanter ? Quels sont les meilleurs canaux de distribution ? Comment certifier mes produits selon les nouvelles règlementations dans cette partie du monde ? Grâce aux exposés et aux questions posées, les participants reçurent toutes les informations très spécifiques et adaptées à leurs besoins. M. Hovhannes Avestisyan, expert arménien, présenta également les atouts particuliers que l'Arménie peut offrir grâce à sa position stratégique particulière dans la région.

Elena SKIBO, Dario Dalla Valle (Euro DV), Maria Landenok (CCBLR), Irina Abdulkhalikova (Alataw), Valery Safarian (CCI Belgo-Arménienne), Varos Simonyan (Ambassade Arménie pour l'UE), André Safarian (CCI Belgo-Arménienne).

Arkady Arianoff de la CCBLR avec Michael DEBLAERE, CEO de Carrier Europe et Elena SKIBO (ASF Belgie)

La séance se termina par un lunch qui favorisa les échanges directs entre les participants et les représentants des CCI sœurs des CCI de Wallonie, dans ce cas, la CCI belgo-luxembourgeoise pour la Russie et le Belarus et la CCI Belgo arménienne : ces 2 CCI ont des points de contact à Bruxelles : www.ccblr.org, www.bacc.be.

Pour rappel, chaque année, les CCI de Wallonie lancent le programme **Import & Export Club** composé de groupes d'un maximum de 10 à 12 personnes ; les réunions se déroulent au sein même des entreprises participantes. Les CCI veillent à ce que ces dernières ne soient pas concurrentes afin de favoriser la liberté d'expression et la confiance au sein du groupe. Celui-ci se réunit lors de 5 séances de 3 heures se terminant par un lunch. Les 5 réunions sont animées par un expert et spécialiste des pays ciblés. Le Club est ouvert à TOUTES les entreprises, membres ou non-membres des CCI de Wallonie, les membres bénéficiant de tarifs préférentiels.

L'an prochain, un nouveau Club portera sur l'ASIE du SUD-EST + le Japon, la Corée du Sud et l'Australie.

Intéressés ? Manifestez-vous déjà car les places sont rares.

Informations : dominique.verleye@ccibw.be - audrey.vassart@ccih.be - a.vandeputte@cciwapi.be

SOIRÉE CULTURELLE ANNUELLE DES MEMBRES CCIBW : « SCAPIN 68 » À L'ATJV

(13/11/2018)

Une fois par an, en automne, l'un des grands rendez-vous des membres de la CCI du Brabant wallon prend la forme d'un événement culturel. Cette année, la Chambre de Commerce & d'Industrie du Brabant wallon leur a offert « Scapin 68 », des fourberies à la mode hippie, une comédie pour célébrer le 50e anniversaire de mai 1968… sans toucher au texte de Molière.
Dès 18 h 30, les participants étaient accueillis pour un cocktail dinatoire précédant la séance : 1 h 30 de spectacle enlevé, décalé, sans temps mort, porté par des comédiens d'excellence, à l'Atelier Théâtre Jean Vilar (Louvain-la-Neuve) !

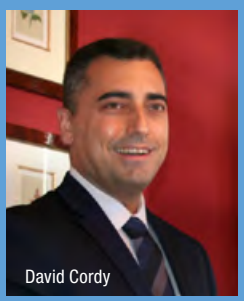
25 MINUTES QUI BOUSCULENT : un lunch spectacle pour aborder handicap et recrutement autrement

(20/11/2018)

Le 20 novembre, l'In BW et l'AViQ, en collaboration avec la CCIBW, proposaient à leurs invités un court spectacle surprenant. Durant 25 minutes, un comédien raconta les conséquences d'une naissance chahutée, de ces 25 minutes de coma d'un bébé qui allaient déterminer sa destinée.
L'artiste évoqua le quotidien difficile d'une personne handicapée, atteinte de troubles moteurs et d'élocutions, particulièrement cruel lors des entrevues de recrutement.
Interpellant son public, l'invitant à s'interroger, à détricoter des préjugés, il occupa la scène brièvement pour laisser s'installer la réflexion, longuement, dans la tête des spectateurs !
Après un spectacle actionnant habilement les ficelles de l'humour pour un sujet aussi délicat, le public se retrouva pour partager un lunch et discuter encore de ce qu'il venait de voir.
Quelles fonctions peut exercer un travailleur en situation de handicap ? Elles sont aussi variées que les compétences des travailleurs, rappelle l'AViQ dans l'une de ses brochures. « Les travailleurs handicapés ? Des travailleurs ! » insiste l'Agence pour une Vie de Qualité.

Un nouveau partenaire structurel pour la CCIBW en 2019 !

La CCIBW se réjouit de compter, au nombre de ses partenaires structurels 2019, la société DHL, groupe bien connu spécialisé en transport et logistique.
Pour le Brabant wallon, la personne de contact est David Cordy (david.cordy@dhl.com).
Merci à DHL pour sa confiance !


David Cordy

BREXIT : parlons-en !

(Kain - 20/11/2018)

C. DESAUVAGE

Fin novembre, la CCI Wallonie Picarde, en collaboration avec le SPF Économie, le SPF Finances et l'AWEX, invitait les entreprises de la région à une séance d'informations sur le Brexit. Une occasion pour les participants de s'informer sur la situation actuelle, l'impact sur les activités et surtout comment s'y préparer…

50 personnes étaient venues entendre les orateurs du jour. Michel Lequeu, SPF Finances, débuta avec un bref rappel de la situation actuelle sur le Brexit puis enchaina avec les changements à prévoir au niveau des douanes. Marc Wegnez, SPF Économie, poursuivit ensuite par un exposé sur les règles d'origine, étayé par de nombreux cas concrets. Maureen Logghe, SPF Économie, clôtura la séance en détaillant les atouts du Brexit Impact Scan pour les entreprises. Elle dressa ensuite la liste des premières modifications qui « devraient » entrer en vigueur dès le 30 mars.

Visite d'entreprise

WAPI dans l'assiette chez ECOFROST

(Péruwelz - 22/11/2018)

C. DESAUVAGE

Plus de 120 membres de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Wallonie picarde ont répondu à l'invitation de la 2e édition de ***Wapi dans l'assiette*** qui s'est déroulée en fin d'année 2018.

C'est la société ECOFROST qui a ouvert ses portes ce soir-là. ECOFROST, c'est le jumelage entre le savoir-faire de la pomme de terre de la famille Vervaeke et des techniques de congélation de légumes entre les mains de la famille Hoflack. L'entreprise, présente sur les différents continents et dans plus de 110 pays, a été nommée à plusieurs reprises « Société à la plus forte croissance » par Trends Tendance (en 2010, 2011 et 2013).

Après avoir reçu une brève présentation de l'assortiment et avoir visionné une vidéo sur le processus de transformation de la pomme de terre de A à Z, les participants ont découvert le processus de traitement de la pomme de terre : arrivée par camion, lavage, triage, épluchage, découpage, séchage. Ensuite, les pommes de terre sont précuites et sont à nouveau séchées par un « aspirateur géant » Dyson avant d'être conditionnées et transférées vers un immense congélateur.

La soirée s'est poursuivie par une dégustation des frites ECOFROST en association avec des mets mettant en valeur les saveurs de la pomme de terre, proposés par la PAULEE MARIE PIERRE, restaurant cuisine française, traiteur, événements et caviste.

PETIT-DÉJEUNER TRANSFRONTALIER

Actualité fiscale en France et en Belgique

(Tournai - 11/12/2018)

Traditionnellement, le dernier petit-déjeuner de l'année, organisé conjointement par la CCI Wapi et la Chambre franco-belge du Nord de la France, se tient à Tournai et évoque les nouveautés fiscales des deux pays voisins.
Une nouvelle fois, la rencontre a remporté un vif intérêt. Près de 70 participants s'étaient déplacés pour y assister. Riches en informations pratiques et en astuces, les présentations sont toujours d'une grande utilité pour les membres des Chambres de Commerce qui travaillent à quelques kilomètres de la frontière.

Laura Meert, KPMG Eurométropole, a pris la parole la première pour présenter la partie belge. Elle a ensuite cédé le micro à Sophie Eloy, KPMG, qui a, quant à elle, exposé les modifications du côté français.
Les deux Chambres tiennent à remercier **BNP PARIBAS FORTIS, BNP PARIBAS** et **KPMG** pour leur soutien aux différentes séances d'informations qui se sont tenues en 2018.

Performances énergétiques des procédés et utilités industriels

(Wépion - 20/11/2018)

Dans le cadre de la « Semaine wallonne Air-Climat-Énergie », le Facilitateur Énergie pour l'Industrie organisait, le 20 novembre dernier, une journée de conférences relatives aux économies d'énergie dans l'industrie.
Plus de 150 participants ont chacun pris part à 6 des 12 conférences techniques proposées portant sur 4 thèmes majeurs :

- Air comprimé.
- Froid industriel.
- Force motrice.
- Efficacité énergétique en Wallonie : incitants, obligations et résultats.

Pendant près de 45 minutes par conférence, les orateurs - tous issus du monde de l'industrie ou en rapport direct avec celui-ci - ont ainsi pu partager leur expertise axée « technique » et sans finalité commerciale. Tous les participants, dont de nombreux responsables environnement, énergie ou maintenance, ont bénéficié d'une participation gratuite, les coûts étant supportés par le Service Public de Wallonie.
Après une enquête de satisfaction, il est apparu que la diversité et la qualité des présentations et l'expertise des orateurs ont été fortement appréciées par de nombreux participants. Des retours positifs qui démontrent que cette journée énergie a donc bien répondu aux besoins d'informations techniques des industriels wallons en matière d'URE (Utilisation Rationnelle de l'Énergie).

Visite d'entreprise chez AMB Ecosteryl

(Mons - 27/11/2018)

TATIANA HAMAIDE

Le 27 novembre dernier, AMB Ecosteryl ouvrait ses portes aux membres de la CCI Hainaut, dans ses ateliers de montage, avenue Copernic à Mons (les ateliers de production se trouvant à Jemappes). L'entreprise est le leader mondial dans la conception, la fabrication, l'installation et la maintenance d'équipements de traitement des déchets hospitaliers par les processus de broyage et décontamination au travers de micro-ondes. Après une présentation menée par Amélie Matton, COO d'ABM Ecosteryl, les 40 participants ont été invités à observer de plus près les équipements et à bénéficier d'informations plus techniques. Très écologique et intégré dans l'économie circulaire, le système que propose l'entreprise n'entraîne aucune émission chimique, fumée, gaz ou vapeur. Les déchets décontaminés retombent dans la même catégorie que les déchets ménagers ordinaires, qui peuvent même être valorisés, recyclés ou utilisés comme combustible alternatif. La visite s'est poursuivie avec une réception favorisant les échanges et discussions entre participants.

PLUS DE PHOTOS EN LIGNE SUR NOTRE GALERIE Flickr cci_hainaut

Réservez votre énergie

Vos dépenses énergétiques représentent un poste trop important pour votre PME ! Vous pouvez le soulager, dès à présent …

… à l'action !

© Fotolia-cacarot

© Fotolia-cacarot

© Fotolia-cacarot

Facilitateur Energie Industrie

un **programme d'aide à l'économie d'énergie** subventionné par la Région wallonne GRATUIT, à destination des entreprises wallonnes.

Sous diverses formes :

- **information :** séminaires et documentation.
- **pré-check énergétique :** visite de site avec rapport pour mettre en évidence les possibilités de réduction de consommation d'énergie.
- **formation en audit énergétique industrie :** (5 ½ journées) toutes les clés pour permettre à un responsable production de faire lui-même l'audit énergétique complet du site et pour identifier des pistes de réduction de consommation énergétique.
- **formation en technique URE industrie :** (4 à 6 ½ journées) tous les éléments théoriques et pratiques pour réduire les consommations des éléments énergivores du process et du bâtiment industriels.
- **guichet énergie pour entreprise :** des réponses à toutes les questions liées à l'URE et aux incitants financiers délivrés par la SPW et le SPF (pour tout investissement réducteur de consommation d'énergie).
- **suivi de projets URE** (Utilisation Rationnelle de l'Energie) **:** accompagnement méthodologique, contacts avec des experts techniques (éclairage, air comprimé, isolation, chauffage, motorisation, froid/climatisation, traitement de l'air, vapeur, ...)

Informations : 0800/97 333

Numéro vert

E-mail : energie@facilitateur.info

Wallonie

NOUVELLE ALFA ROMEO STELVIO

B-TECH

Des détails noirs pour souligner ses lignes uniques et son design attirant. Une technologie et une connectivité avancées ainsi qu'une sécurité active pour améliorer le plaisir de conduite.

E.R. : Yann Chabert. Annonceur : FCA Belgium S.A., Rue Jules Cockx 12 a – 1160 Bruxelles. RPM : Bruxelles. BCE 0400.354.731. IBAN FCAB: BE 86 4829 0250 6150. Informations environnementales [A.R. 19.03.04] : www.alfaromeo.be.

(L/100 KM): 5.3 - 8.1 NEDC 2.0 CO_2 (G/KM): 139 - 187 NEDC 2.0 Donnons priorité à la sécurité.

FCA | FLEET & BUSINESS

La meccanica delle emozioni

ALFA ROMEO