

ccimag

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

MENSUEL N°02
FÉVRIER 2014
ÉDITION LIÈGE -
VERVIERS - NAMUR

L'INVITÉ VINCENT CRAHAY

(Belourthe)

REPRISE
DE HAUT VOL

Dossier

ENTRE ARTISANAT ET INDUSTRIALISATION

www.ccimag.be

Une solution pour
chaque archive.



Grandes ou petites.



tellement plus que l'archivage



Archivage
papier et film



Démagnétisation



Conservation de
supports magnétiques



Numérisation et
archivage numérique



Software Escrow



Archives labo,
pharmaceutiques et ULT



Consultancy

Édito



AVEC OU SANTÉ?

Voici un titre évocateur qui correspond en tout point à cette deuxième édition de l'année. C'est assez édifiant, jugez plutôt...

- Notre invité du mois, Vincent Crahay, fondateur de BelOurthe, n'a pas hésité à retoucher ses manches pour faire de son entreprise une référence internationale dans la distribution de produits nutritionnels. En effet, les bébés de plus de 50 pays à travers le monde peuvent grandir en bonne santé, grâce à une entreprise implantée à Hamoir. Vincent Crahay, notre invité du mois, vous racontera comment est née et a grandi sa société. Un récit captivant qui tend à démontrer qu'il faut beaucoup d'audace et un brin d'insouciance pour oser se lancer dans pareille aventure. Mais que les efforts sont rarement vains.
- Notre dossier « Entre artisanat et industrialisation » démontre que la santé de nos artisans leur permet de grandir sans jamais abaisser le seuil de leurs exigences.
- Au travers de notre rubrique « L'économie en images », nous vous proposons une plongée photographique dans une entreprise phare de l'est de la province de Liège : Nomatic. Fondée par l'homme d'affaires belge Gert Noël, elle est devenue leader mondial dans le secteur du bouchage alternatif et écoule ses bouchons par millions aux quatre coins de la planète. Quelle santé!
- Deux events ont fait un carton plein en ce début d'année. En effet, les traditionnels cocktails de Nouvel An de Verviers et Namur ont rassemblé plus de 500 personnes. Une affluence record qui laisse augurer une grande cuvée événementielle pour la CCI en 2014. Cheers!

À votre santé et aussi, excellente lecture à toutes et à tous!



Notre dossier démontre que la santé de nos artisans leur permet de grandir sans jamais abaisser le seuil de leurs exigences.

Siège de Liège

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

Siège de Namur

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

Présidents

Alexandre Grosjean
Jean-François Coutelier

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



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

Éditeur responsable

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

Flashez ce code
sur votre Smartphone



et accédez à nos
dernières news
sur ccimag.be

Chef d'édition

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

Publicité

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

Journalistes

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

Dossier

Stéphanie Heffinck et Céline Léonard

Abonnements

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

Collaborations CCI

Jean-François COUTELIER, Alexandre GROSJEAN,
Sonia HENKINET, Gabrielle VANDE VELDE.

Photos

Stephan KERFF, Yves GOETHALS.

Impression

AZ Print

Maquette et mise en page

Mwp Communication - www.mwp.be

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

Autour de (R)évolution dans le monde du textile 8

Evaporée l'industrie textile à Verviers ? Certes, la capitale de l'eau a derrière elle son passé florissant en la matière. Mais son avenir est loin d'être infertile... Centexbel, son centre d'expertise et d'innovation, la place même à la pointe des technologies qui, dans un avenir proche, révolutionneront le monde du textile.



Honest Talk Pascale Delcomminette 22 WBI

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



P. Delcomminette

L'invité Vincent Crahay Belourthe 4

Vincent Crahay, c'est une carrière entière dédiée au secteur agro-alimentaire. Après avoir successivement travaillé pour Spa Monopole et MIO, cet ingénieur suscita l'intérêt du groupe Nestlé. Son plus haut fait d'arme restera l'opération de management buy-out menée en 2006 au travers de laquelle il fonda la société Belourthe. Une entreprise aujourd'hui prospère qui rayonne aux quatre coins du monde.



Dossier De l'artisanat à l'industrialisation 13

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



Dolfin :
des recettes subtiles concoctées par des maîtres chocolatiers



Siroperie Meurens :
pérenner une tradition de 400 ans



La Ferme de la Tour :
irréductiblement artisanal !

L'asinerie du Pays des Collines :
une affaire familiale

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

Distillerie de Biercée :
un savoir-faire ancestral



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

Les notes de mon jardin :
l'importance de la main sur le produit



Glacier Carette :
un esprit et une manière de travailler artisanaux

Bonbons à l'ancienne :
la belle épopée du cuberdon

Jean-Philippe Darcis :
ne pas franchir la barrière de l'industrialisation



Portraits

Sanifox

11

Le cœur de métier de Sanifox : l'assainissement des sols et de nappes aquifères polluées. Basée dans le Namurois, la jeune entreprise participe au projet Nanomicro du pôle GreenWin parrainé par la société Prayon.



O. Tromme & B. Lavigne (Sanifox)

Alterego Design

37

Il suffit parfois de peu de choses pour créer une société. Employant aujourd'hui 29 collaborateurs, Alterego Design est née sous l'impulsion de deux étudiants équipés à l'époque d'un simple PC...



N. Gillard & X. Leballue (Alterego Design)

Attrap'Sushi

39

Designer industriel de formation, Jean-Marc Willems a opéré, voici quelques années, un virage à 180° en devenant traiteur sushis. « Je propose aujourd'hui à ma clientèle du design qui se mange », s'amuse-t-il.



JM Willems & F. Malpas (Attrap'Sushi)

En bref

L'actualité du chef d'entreprise

28



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

Zoom

RSE : le choix de ses partenaires...

43

En Belgique, près de 26.000 travailleurs handicapés sont actifs au sein d'ETA. Si elles jouent avec les mêmes règles commerciales - et répondent aux mêmes exigences - que n'importe quelle autre entreprise, les ETA se distinguent par l'objectif social qu'elles poursuivent.

L'Economie en images

Nomacorc® : des bouchons par millions

24

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



© J. Berger

Boîte à outils

Le conseiller en prévention : en totale indépendance

30

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

Marketing et communication : comment mesurer le retour sur investissement ?

32

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

Autos

La mariée était trop belle !

35

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



CCI

Drink annuel de Verviers

44

Premier évènement de l'année, le traditionnel drink annuel des membres de l'Arrondissement de Verviers a drainé une foule nombreuse au sein d'une société en plein essor, Girretz Pierre Energies Alternatives.



H. Rensonnet & G. Colette

Cocktail annuel de Namur

46

Evènement incontournable des entrepreneurs namurois, le cocktail annuel avait cette année élu domicile à Naninne, au sein du Garage Baudouin Pierre.



International

48

A l'instar de toutes les Chambres de Commerce à travers le monde, votre CCI vous propose un ensemble de services pour vos formalités à l'exportation. Retrouvez les résultats engrangés en la matière au cours de l'année 2013.



VINCENT CRAHAY

REPRISE DE HAUT VOL

Vincent Crahay, c'est une carrière entière dédiée au secteur agro-alimentaire. Après avoir successivement travaillé pour Spa Monopole et le glacier MIO, cet ingénieur suscita l'intérêt du groupe Nestlé. Son plus haut fait d'arme reste toutefois l'opération de management buy-out menée en 2006 au travers de laquelle il fonda la société Belourthe. Une entreprise prospère qui rayonne aujourd'hui aux quatre coins du monde.

CÉLINE LÉONARD - © STEPHAN KERFF

Petit-fils d'agriculteurs, c'est proche du monde rural que Vincent Crahay a passé son enfance. Un environnement familial qui allait influencer sur le choix de ses études et, in fine, aiguiller sa carrière professionnelle. « *Je me suis en effet formé aux technologies agroalimentaires. Un cursus conciliant ce que j'aimais, les mathématiques et les sciences du vivant, qui m'a permis d'appréhender la transformation des produits agricoles.* »

C'est chez Chaudfontaine Monopole que Vincent Crahay effectue ses premières armes. Coiffé de la casquette d'ingénieur en production, il découvre les rouages d'une industrie alors détenue par Interbrew.

À 25 ans, il quitte le monde des eaux minérales pour rejoindre les productions glacées de MIO. Une entreprise au sein de laquelle il restera 15 ans. « *J'y ai tout fait : directeur de la production, responsable qualité, responsable R&D...* C'est également là-bas que je me suis pour la première fois frotté au rôle de commercial. Un domaine dans lequel je me suis étonnement montré assez doué (rires). » Finalement promu Directeur général de MIO, Vincent Crahay y jouera le rôle d'interface entre cette PME familiale et son nouveau propriétaire, la multinationale Unilever.

En 2002, le géant suisse de l'agroalimentaire Nestlé vient frapper à la porte de notre ingénieur. « *Ils m'ont proposé le poste de Plant Manager de leur usine d'Hamoir.* » Le défi est de taille. Il accepte. L'histoire tourne malheureusement vite au vinaigre. Dès 2005, Nestlé annonce son intention de délocaliser son activité et de fermer sa filiale belge. Plus de 130 emplois sont en jeu. Animé d'audace et d'un brin d'insouciance, Vincent Crahay décide de réaliser un management buy-out (MBO). C'est ainsi qu'en 2006, la société Belourthe voit le jour. Après des débuts tumultueux, cette entreprise active dans la fabrication de céréales exporte ses produits aux quatre coins du monde et surfe sur la vague de la croissance. « *Nous n'occupons actuellement que la moitié de la capacité de l'usine. Je nourris donc pour elle encore de nombreux projets...* », conclut Vincent Crahay.

Coup de Génie

« *Je pense bien évidemment au MBO. Un véritable coup de folie ! Si j'en avais mesuré tous les risques, je ne sais d'ailleurs pas si je l'aurais fait. Lorsque Nestlé a annoncé sa volonté de fermer l'usine, le groupe ne voulait pas entendre parler de reprise. Je me suis pourtant rendu au siège social de la firme pour les convaincre du bien-fondé de mon idée. Ils ont finalement accepté en nous imposant toutefois un contrat de non-concurrence de 3 ans. Je me suis ainsi retrouvé à la tête d'une société de 27 collaborateurs sans client, sans produit et sans marque ! Il ne nous restait que notre outil et notre know-how. Les 3 premiers exercices ont été difficiles. D'autant plus que Nestlé n'a rien fait pour nous aider... Mais passée la clause de non-concurrence, nous sommes revenus à notre business d'origine et rencontrons depuis lors une croissance annuelle de près de 20 %.*

Je tente d'appliquer à cette PME la stratégie d'une multinationale... en n'en conservant que les bonnes choses (management by objectifs, KPI's, etc.) L'innovation nous ayant permis de nous sauver, 10 % du personnel travaille en R&D et qualité : un pourcentage énorme au vu de notre taille. Nous sommes parallèlement tournés vers le monde car c'est de l'export que viendra notre croissance. Pour avoir les reins solides, nous veillons à diversifier notre couverture géographique et notre gamme. Je garde enfin un œil attentif sur la qualité de notre outil. Objectif : rester compétitif depuis la Wallonie ! »

BELOURTHE C'EST :

- ▶ Une entreprise active dans la transformation de céréales entrant dans la fabrication de produits alimentaires nutritionnels principalement à destination des nourrissons mais aussi des femmes enceintes, des personnes âgées et des diabétiques.
- ▶ 80 collaborateurs
- ▶ Un chiffre d'affaires de 23 millions € l'an dernier
- ▶ Une croissance annuelle de 15 à 20 %
- ▶ 100 % de la production exportée
- ▶ Une présence dans 50 pays et sur les 5 continents



THIMISTER

MEN+WOMEN



Thimister
men+women
600m²
dédiés à la mode
homme et femme

Thimister votre spécialiste du vêtement en Prêt-à-Porter & Sur Mesures
Un large éventail de tailles et de prix (costume à partir de 379 euros).

Offre spéciale CCI mag (valable du 15/2 au 22/3) :

à l'achat d'un costume « Sur Mesures » (prix indicatif 699 euros),
nous vous offrons la chemise taillée à vos mesures (valeur 150 euros)



MEN

Hugo Boss
Eton
Boss Orange
Hugo
Marc O'Polo
Armani Jeans
Diesel
Mason's
Scotch & Soda
Sand
Milestone
Carl Gros
John Miller
Ledub
R95 th
British Indigo
Karl Lagerfeld
Zilton
Stones
Seven
McGregor
Strellson
Van Bommel
Alberto
Blue Industry
Patrizia Pepe
...

29, Outre Cour 4651 HERVE tél: 087 66 13 17 - info@thimister.be

www.thimister.be
possibilité de rendez-vous



BUSINESS ESSENTIALS
Custom Made





BIO EXPRESS

- ▶ Né à Liège, le 8 janvier 1961
- ▶ **1979** : décroche son diplôme d'humanités générales au Collège Royal Marie-Thérèse (Herve)
- ▶ **1983** : est diplômé Ingénieur en technologies agroalimentaires (ISIL)
- ▶ **1983** : après un passage à la faculté des sciences agronomiques de Gembloux, débute sa carrière chez Chaudfontaine Monopole
- ▶ **1986** : rejoint les rangs de l'entreprise MIO
- ▶ **2002** : est sollicité par Nestlé pour occuper le poste de Plant Manager de l'usine d'Hamoir
- ▶ **2006** : réalise un MBO, devient CEO et propriétaire de cette usine rebaptisée Belourthe
- ▶ Administrateur de FEVIA Wallonie
- ▶ Actionnaire de la société Chimay Tradition
- ▶ Marié, père de 3 enfants

Coup de cœur

« J'en ai plein ! Aussi passionnante qu'elle soit, la reprise d'une entreprise est une aventure parsemée de moments difficiles et de nombreuses nuits blanches. Je remercie ma famille pour son soutien dans ces instants-là. Ce MBO n'aurait pu être possible si je n'avais également pu compter sur la confiance des membres du personnel. Ils n'ont jamais hésité à se retrousser leurs manches, y compris le week-end, pour relancer la machine. Une solidarité qui a payé. Enfin, même si les instances publiques sont parfois critiquées, je voudrais remercier l'AWEX, qui est un vrai partenaire à l'exportation, et les Pôles de Compétitivité grâce auxquels nous menons des projets inter-entreprises, universités et centres de recherche. »

Coup de gueule

« J'éprouve l'envie d'adresser un coup de gueule aux multinationales. Notre expérience avec Nestlé fut en effet assez difficile. Non seulement nous n'avons reçu aucune aide, ni reconnaissance mais on a également tenté de nous saboter. Je ne peux l'accepter. Autre frustration : les contrôles à répétitions dont nous sommes l'objet. L'an dernier, certains collaborateurs ont consacré la majeure partie de leur temps à répondre aux contrôleurs. En Wallonie, l'entrepreneur véhicule souvent une mauvaise image. Au quotidien, nous nous bagarrons pourtant pour créer de l'emploi et innover. Je voudrais simplement que l'on nous laisse travailler. Dernier coup de gueule : notre région souffre d'une pénurie d'ingénieurs. J'impute, pour partie, cela à des méthodes d'enseignement dépassées dégoûtant les jeunes des mathématiques. Nos écoles supérieures doivent avoir conscience que nos entreprises n'ont pas besoin de docteurs en mathématiques mais d'ingénieurs capables d'appréhender les réalités du terrain. »

DU TAC AU TAC

▶ Quel est votre principal défaut ?

J'ai deux grands défauts. Je suis, tout d'abord, d'un naturel très impatient. Je suis aussi un perfectionniste tendant à être un éternel insatisfait.

▶ Votre plus grande qualité ?

La curiosité ! Un trait de personnalité m'emmenant généralement sur la voie de l'innovation mais aussi du changement.

▶ Votre devise ?

On n'arrive à rien sans efforts.

▶ Si c'était à refaire... ?

On ne change rien et on recommence (rires).


BELOURTHE

Avenue des Villas 3 - 4180 Hamoir
Tél.: 086/38.01.11 - www.belourthe.be

(R)ÉVOLUTION DANS LE MONDE DU TEXTILE

Évaporée l'industrie textile à Verviers ? Certes, la capitale de l'eau a derrière elle son passé florissant en la matière. Mais son avenir est loin d'être infertile... Centexbel, son centre d'expertise et d'innovation, la place même à la pointe des technologies qui, dans un avenir proche, révolutionneront le monde du textile. Directeur de la recherche chez Centexbel, Claude Revercez nous expose les innovations sur lesquelles planche le centre verviétois.

CÉLINE LÉONARD

AVANT TOUT, DÉFINISSONS LE TEXTILE

Robes, pyjamas, tentures, draps de lit... : le textile c'est bien évidemment cela mais surtout beaucoup d'autres choses. « *Quand on parle textile, le grand public pense spontanément vêtement.* explique Claude Revercez. *En réalité, le textile désigne toute structure composée de fibres. Selon la nature des fibres utilisées (verre, polymère, chanvre, coton...), les applications seront donc diverses et variées. On retrouvera ainsi du textile dans les ailes d'un avion, un pansement, l'équipement d'un pompier ou la coque d'un bateau.* » Au sein de cet univers extrêmement vaste, Centexbel a décidé de concentrer ses efforts de recherche sur 3 domaines : la microbiologie, les textiles intelligents et les composites. Passons en revue les innovations attendues dans ces domaines...



Claude Revercez,
Directeur de la recherche chez Centexbel

LE TEXTILE EN MICROBIOLOGIE

Depuis toujours, les textiles jouent un rôle important dans le secteur médical où on les a couramment utilisés comme protection contre les agents infectieux (spatradraps, bas à varice...)

Aujourd'hui

Depuis plusieurs années déjà, les chirurgiens recourent à l'utilisation de stents absorbables par le corps humain (ndlr : les stents sont des petits ressorts placés dans les artères pour éviter qu'elles ne se bouchent). Au bout de quelques mois, ces derniers commencent à se dégrader avant de totalement disparaître dans l'organisme. Les professionnels de la santé utilisent également la **micro-encapsulation** médicamenteuse. Par le biais de ce procédé, des médicaments sont enfermés dans des microcapsules injectées en intramusculaire ou sous la peau et dont le contenu se libère progressivement dans l'organisme. Des patients atteints de diabète ont ainsi pu oublier leur injection quotidienne d'insuline pour se reposer sur ce procédé. A noter que la micro-encapsulation est aussi employée dans le secteur du bien-être où l'on a vu fleurir, entre autres, des peignoirs composés de microcapsules libérant des cosmétiques (huiles essentielles, extraits d'algues...) au contact de la peau.

Demain

Claude Revercez en est convaincu, l'avenir verra le développement d'une autre technologie : **l'électrospinning**, un procédé permettant la création et la manipulation de fibres synthétiques extrêmement fines (jusqu'à 70 000 fois plus fines qu'un cheveu). Grâce à cette technique, ces nano-fibres peuvent être entre-maillées à la densité souhaitée de manière à constituer un tissu poreux mimant la structure tissulaire humaine. Des essais concluant ont d'ores et déjà été menés dans le cadre de reconstruction osseuse, greffe de peau et même d'organes.



Aujourd'hui déjà, les chirurgiens recourent à l'utilisation de stents absorbables par le corps humain.

LES TEXTILES INTELLIGENTS

Tout textile capable de capter et de transmettre une information est qualifié d'intelligent.

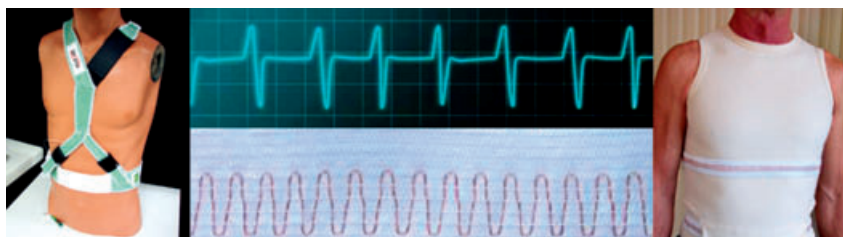
Aujourd'hui

Nombre d'innovations en la matière ont déjà suscité l'intérêt du grand public. Voici quelques mois, Centexbel avait ainsi fait parler de lui avec son « **tapis qui appelle les secours** », un tapis capable de détecter la non-déambulation d'une personne et de donner l'alarme. Le centre de recherche a également mis au point un pull pour les pompiers de Bruxelles. Equipée de touches, la manche de ce vêtement permet aux hommes du feu de transmettre des informations à leurs collègues quand ils sont en intervention.



Demain

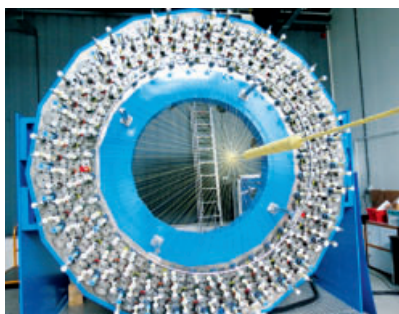
« Nous allons plus que probablement vivre dans nos habitations de plus en plus âgés. Les textiles étant présents partout dans nos maisons, ils vont de plus en plus être utilisés pour le **monitoring** de nos organismes et signes vitaux. Nos vêtements ou nos recouvrements de matelas seront ainsi capables de contrôler notre respiration, température ou rythme cardiaque et de communiquer, au besoin, certaines informations à notre médecin par un mobile. Attention : tous ces capteurs feront partie intrinsèque du textile. Il ne s'agira pas de gadgets que l'on greffera à un t-shirt. »



Un vêtement capable de contrôler notre rythme cardiaque ou notre respiration ? Ce n'est pas de la science-fiction.

LES COMPOSITES

Un textile composite est un textile résultant de la combinaison de composants de natures différentes conférant au produit final des propriétés que les composants seuls ne possédaient pas.



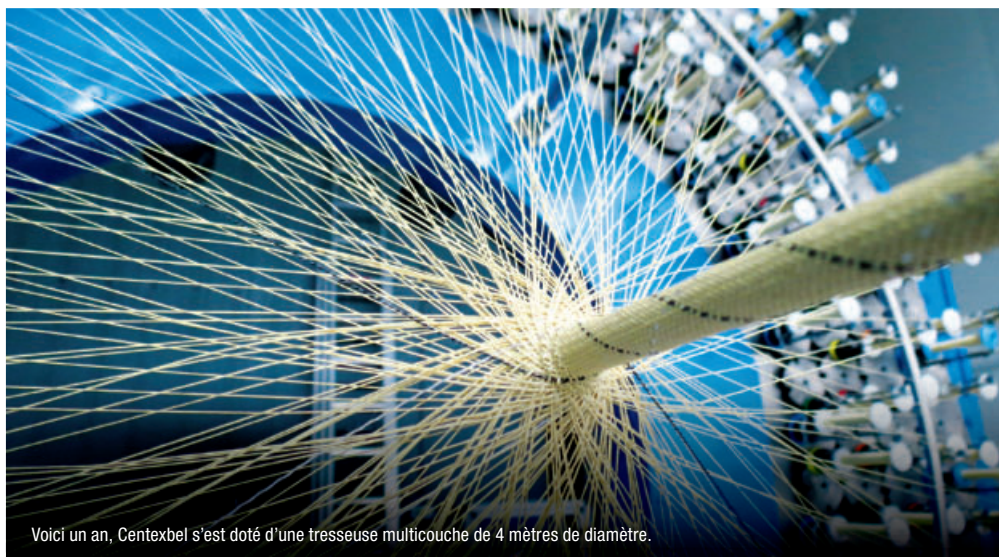
Aujourd'hui

Début 2013, dans le cadre d'un projet Feder, Centexbel s'est doté d'une **tresseuse** multicouche de 4 mètres de diamètre. Une machine quasi unique en Europe capable de tresser toutes fibres techniques (carbone, verre, métallique, polyéthylène HD...) pouvant être utilisées dans le secteur des composites. Équipée de

256 bobines, elle peut simultanément coudre 4 couches et directement en 3D. Sortent alors de ces fuseaux des pièces de quelques millimètres à 50 centimètres de diamètre. « De l'aérospatial au médical en passant par le design, les applications de cette tresseuse sont multiples. Elle revêt un intérêt pour toute entreprise souhaitant améliorer une pièce (en la rendant plus légère, plus écologique...) tout en conservant ses caractéristiques techniques initiales. On peut ainsi créer en un temps record le prototype d'une coque de bateau à base fibres de chanvre ou de lin. »

Demain

Au regard de Claude Revercez, la recherche va évoluer vers le **monitoring** des pièces composites. « Prenons le cas d'une aile d'avion ! Dotée de capteurs, celle-ci pourrait nous informer sur son état d'usure, le nombre de fois où elle a plié, le fait qu'elle ait été soumise à des fortes bourrasques... De nombreuses défaillances pourraient ainsi être évitées ! »



Voici un an, Centexbel s'est doté d'une tresseuse multicouche de 4 mètres de diamètre.

CENTEXBEL

PI de Petit-Rechain
Avenue du Parc, 28 - 4650 Chaineux
Tél. : 087/32.24.30 - www.centexbel.be

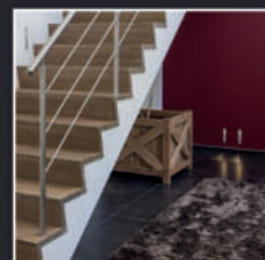
SYMBOLE DE QUALITÉ



CONSTRUCTIONS



**ETIENNE
PIRON**



Référence dans la profession, Etienne Piron fait la différence par son service personnalisé et unique pour chaque projet.
Sa propre main d'oeuvre, spécialisée dans les techniques les plus pointues,
cultive un même objectif : votre sérénité.

Etienne PIRON, Symbole de Qualité.

[Sanifox]

Pour un monde PLUS PROPRE

- ▶ Société spécialisée en traitements de sols et nappes aquifères contaminés
- ▶ Participe au projet Nanomicro du pôle GreenWin parrainé par la société Prayon
- ▶ Basée dans le Namurois, elle vient d'ouvrir un bureau à Liège

JACQUELINE REMITS

Au départ, Sanifox, créée en 2002, est issue d'un bureau d'ingénieurs conseil spécialisé en environnement. « Son cœur de métier est l'assainissement des sols et de nappes aquifères polluées avec une spécialisation dans les techniques *in situ* sans excavation de sols, mais en tirant profit des caractéristiques propres du site, détaille Benoît Lavigne, gérant de Sanifox, chimiste de formation. La société est aussi spécialisée en bio-remédiation. On profite du potentiel des micro-organismes endogènes ou réinjectés pour traiter les sols. » Travaillant depuis 2003 pour le bureau d'ingénieurs, Benoît Lavigne rachète Sanifox en décembre 2009. Il est secondé par Olivier Tromme, gestionnaire de projets, hydrogéologue.

“ Le projet Nanomicro a pour objectif de mettre au point un produit de dépollution commercialisable de moitié plus rapide que ce qui existe sur le marché

Depuis juin 2013, sièges social et d'exploitation sont installés à Chevetogne auxquels s'ajoutent deux points de contact bureau, l'un à Louvain-la-Neuve et l'autre ouvert en décembre 2013 au Château Nagelmackers dans un bâtiment de la SPI+ à Angleur. « Nous faisons preuve d'une polyvalence assez large. Nous concevons et montons nous-mêmes nos unités de traitement et nos unités mobiles de bio-remédiation. Sanifox occupe une niche

dans le secteur de l'assainissement. Notre efficacité est grande au plan du suivi, la réactivité est primordiale. L'eau contaminée est pompée, traitée dans un réacteur biologique et amendée avec les nutriments nécessaires pour développer la microflore des micro-organismes présents dans le sol. »

Plus-value

Sanifox travaille notamment pour des usines chimiques et pétrolières. « Nous intervenons aussi dans des PME du secteur automobile, des nettoyages à sec, des carrosseries... Notre technicité est reconnue tant en Belgique qu'à l'étranger (qui représente actuellement environ 15 % du chiffre d'affaires). Nous intervenons là où nous apportons une plus-value. Notre technique permet d'assainir des sites qui ne le sont pas de manière classique avec de l'hydrologie et de la microbiologie. Un chantier de dépollution dure longtemps, de 6 à 12 mois et jusqu'à 4 ou 5 ans. Nous sélectionnons différents sous-traitants avec lesquels nous travaillons. Nous sous-traitons les forages, mais nous les équipons nous-mêmes. Une fois le système installé, le suivi demande grosso modo une demi-journée une fois par mois. »

Recherche bio-ingénieur

La PME est active dans plusieurs programmes de recherche et développement. « Nous participons à un projet au sein du pôle de compétitivité GreenWin. Sanifox est porteur de projet Nanomicro (nano-particules et microorganismes). Nous travaillons avec Artechno, une spin-off de l'ULg - Gembloux, et avec le laboratoire de génie chimique (LGC) et le Centre wallon de bio-industrie (CWBI). La société Prayon parraine le projet. Ce projet vise la décroissance de la concentration en polluants de moitié plus rapide et plus importante. D'une durée de quatre ans, il est subsidié



Olivier Tromme (gestionnaire de projets) et Benoît Lavigne (Gérant)

par la Région wallonne pour un montant de 1,7 million d'euros. A terme, il vise à disposer d'un produit commercialisable. La vitesse de dépollution permettra au client de diminuer ses coûts. » Démarré début janvier 2013, le projet s'achèvera fin 2016. « Dans le cadre de ce projet, nous sommes à la recherche d'un bio-ingénieur hydrogéologue. »

En 2012, le chiffre d'affaires de Sanifox était de 300 000 euros. « A l'avenir, nous comptons nous diversifier, nous spécialiser et proposer des prestations de services liées à des applications en hydrogéologie, notamment dans le secteur des énergies renouvelables avec des projets en géothermie. »

SANIFOX

Enhet-Centre n° 47 - 5590 Chevetogne
Tél.: 083/21.59.51 - www.sanifox.be

konvert • I N T E R I M • www.konvert.be



Une nouvelle agence s'ouvre dans votre région

Konvert Interim Namur

Avenue Fernand Golenvaux 23

5000 Namur

T (081) 22 70 96

namur@konvert.be

**We
work
asone**

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

1964 **50** 2014
konvert

WNT 303 • 00259-406-40121120
00259-406-20130116 • V5 1455/8u



Entreprise
ou Particulier?

IdemaSport

Fournisseur d'idées et d'innovations

Projet d'aménagement de salle de fitness?

Contactez-nous et recevez les conseils avisés de l'un de nos spécialistes.

- **Conseils** et informations
- **Qualité** et **rigueur**
- **Montage** et placement



Retrouvez-nous sur www.idemasport.com

TEL: +32 (0)87 - 32 17 17 FAX: +32 (0)87 - 31 29 99 MAIL: info@idemasport.com
Zoning des Plennes - Zone C / Rue de l'Avenir, 8 - 4890 Thimister

Prospectez intelligemment et rapidement hors Europe

Un carnet ATA simplifie vos procédures !

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

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



« Un seul document, valable pendant un an, vous permet d'importer temporairement dans 39 pays, membres de la chaîne ATA, hors de l'Union européenne. »

Dossier

ENTRE ARTISANAT ET INDUSTRIALISATION

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

CÉLINE LÉONARD & STÉPHANIE HEFFINCK



DOLFIN: des recettes subtiles concoctées par des maîtres chocolatiers

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

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

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

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

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



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

DOLFIN SA

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

SIROPERIE MEURENS: perpétuer une tradition de 400 ans

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

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

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

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

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



Le célèbre pot bleu du Vrai Sirop de Liège

SIROPERIE MEURENS

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

LA FERME DE LA TOUR: irréductiblement artisanal !

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

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

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



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

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

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

LA FERME DE LA TOUR

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

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

Les 150 ânes de l'Asinerie du Pays des Collines ne cabotent pas. Les chichis, les entêtements, ils les dédaignent. Ces équidés dorment dans des 4 étoiles, de larges et beaux boxes ; ils pâturent ça et là, dispersés dans de multiples prairies qui couvrent une cinquantaine d'hectares. Le foin et un mélange de céréales améliorent leur quotidien. Et ils font l'objet de soins et d'attention constants de la part d'une équipe dédiée à leur bien-être. Alors pourquoi jouer les divas ? L'Asinerie du Pays des Collines, c'est l'histoire d'une passion familiale. Corentin Denys raconte : « *Ma mère a lancé l'affaire. Elle adorait les ânes et voulait en vivre, d'une façon ou d'une autre. Mon père l'a rejointe quelques*

années plus tard... et j'ai suivi aussi, il y a trois ans ! Au départ, nous pensions à du savon fabriqué au départ de lait d'ânesse. Des produits de soin ont ensuite gonflé la gamme : crème de bain, lait corporel, crème de soins, masque de beauté, gel douche... ».

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



© Mireille Robbaert

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

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

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

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

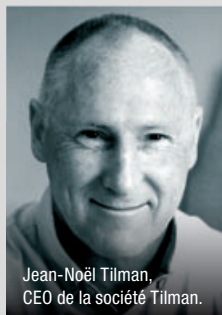
*12.000 litres de lait annuellement

L'ASINERIE DU PAYS DES COLLINES

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

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

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



Jean-Noël Tilman,
CEO de la société Tilman.

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

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

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

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

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

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



L'usine de la société Tilman à Baillonville

TILMAN

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

DISTILLERIE DE BIERCÉE: un savoir-faire ancestral



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

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

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

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

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



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

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

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



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

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

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

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

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

BELGAUFRE

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



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



DISTILLERIE DE BIERCÉE

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

LES NOTES DE MON JARDIN:

l'importance de la main sur le produit

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

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

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



Philippe Debra insiste sur une belle découpe de pâte

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

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

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

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

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

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

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

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

LES NOTES DE MON JARDIN

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

GLACIER CARETTE: un esprit et une manière de travailler artisanaux

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

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

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

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

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

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

BONBONS À L'ANCIENNE: la belle épopée du cuberdon

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



Christian Maenhout et quelques-uns de ses produits

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

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

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



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

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

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

BONBONS À L'ANCIENNE

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

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

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

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

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

CARRETTE

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

Économisez temps et ressources
Concentrez-vous sur vos talents

JobMatchProfile

ENABLING THE PERFECT MATCH

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



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

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

green ENERGY RUN

MAKE YOUR BUSINESS RUN

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



POWERED BY
 **Lampiris**
100% GREEN ENERGY

www.greenenergyrun.be

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

SIEMENS



PlanMarshall
2.vert
www.wallonie.be



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

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

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

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

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

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



Le maître-chocolatier
Jean-Philippe Darcis

JEAN-PHILIPPE DARCIS

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

Enfin une reconnaissance légale de l'artisan



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

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

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

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

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

Promouvoir une OUVERTE ET INN

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

ALAIN BRAIBANT

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

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

Diplomatie, culture et recherche

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

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

► CCImag': Cela signifie quoi, concrètement ?

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

AWEX – WBI, même combat !

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

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

Cheval de Troie

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

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

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

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

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

Wallonie OVANTE

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

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

Promouvoir notre recherche à l'étranger

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

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



WBI

Les 17 délégations

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

Les 31 pays partenaires

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

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

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

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

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

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

BIO EXPRESS - PASCALE DELCOMMINETTE

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

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



NOMACORC® : DES BO

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

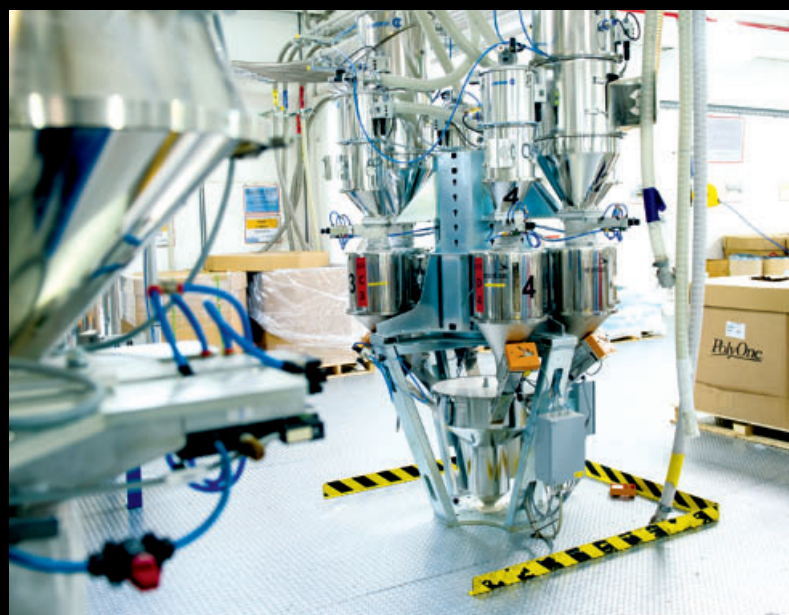


NOMACORC® fabrique ses bouchons au travers d'un procédé breveté de co-extrusion.

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

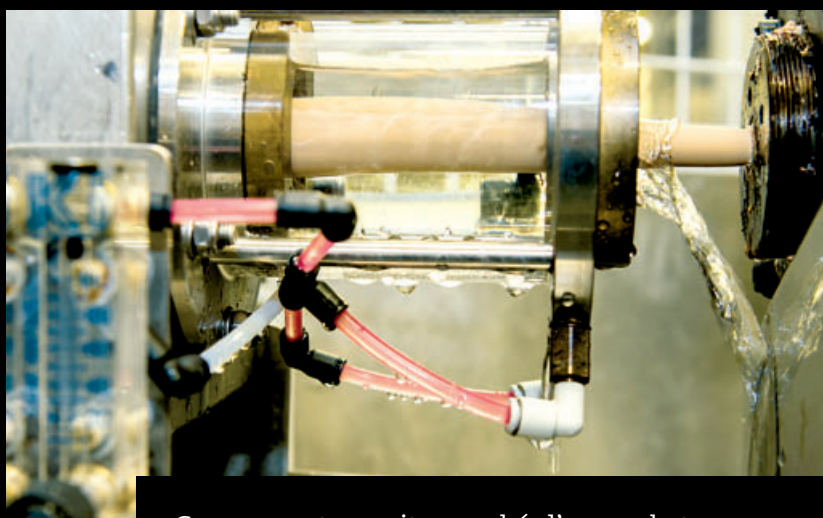
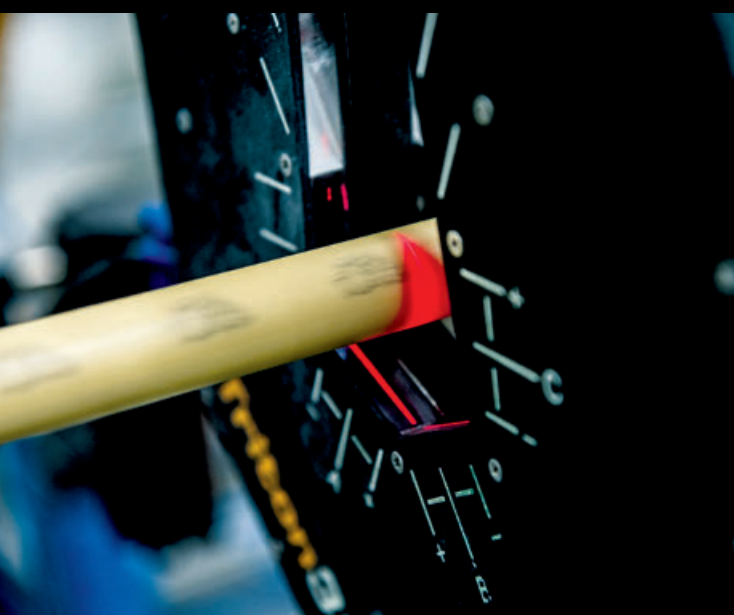
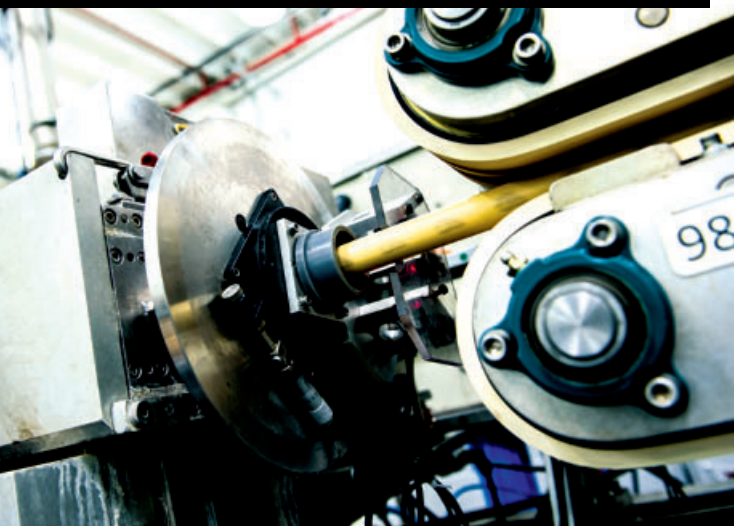
UCHONS PAR MILLIONS

© PHOTOS : J. BERGER





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



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

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





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



NOMACORC® ET L'ENVIRONNEMENT

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

NOMACORC® EN CHIFFRES

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

NOMACORC®

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



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

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

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

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

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

Statbel publie les « Carrefour de l'économie »

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

Trefpunt-Carrefour@economie.fgov.be



Réforme du système de groupement d'employeurs

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

Le télétravail **a augmenté**

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

Conseiller en pré EN TOTALE INDÉP

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

STÉPHANIE HEFFINCK

Quel cadre pour la fonction ?

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

Une fonction, plusieurs disciplines

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

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

Et si l'employeur fait la sourde oreille ?

Parfois, l'employeur fait fi des pistes de solutions avancées par le conseiller en prévention. L'acharnement de ce dernier, le report du projet à une date plus favorable ou la bonne volonté des 2 parties débouchent néanmoins souvent sur une alternative satisfaisante.

Rappelons, du reste, que toute entreprise comptant au minimum 50 personnes est tenue d'avoir un « CPPT », « Comité de Prévention et de Protection au Travail ». Ce dernier émet des avis préalables sur les projets qui auraient des conséquences sur la sécurité, l'hygiène, la santé... propose des équipements de protection, des adaptations de techniques et conditions de travail dans l'intérêt des salariés, etc. Au sein de ce CPPT, le conseiller en prévention va, bien entendu, faire entendre sa voix.

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

Quelques tâches d'un conseiller en prévention du service interne

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

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

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



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

vention : ENDANCE

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

Source : www.emploi-Belgique.be



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

Quels conseillers en prévention ?

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

L'ARCOP

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

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

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

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

Marketing et communication comment mesurer le retour

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

JACQUELINE REMITS

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

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

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

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

► Conseil aux PME :

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



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

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

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

ation : our sur investissement?

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

► **Conseil aux PME :**

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

3^e technique :

Connaître le coût d'acquisition d'un nouveau client

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

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

► **Conseil aux PME :**

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

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

4^e technique :

Attention à la cannibalisation

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

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

► **Conseil aux PME :**

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

5^e technique :

Calculer le seuil de rentabilité

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

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

► **Conseil aux PME :**

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

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

Nadine Lino, directrice de Lusis Communication :

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



Franchissez le mur de la langue...

... avec le service
traductions de vos CCI!

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

Mais...

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

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

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



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

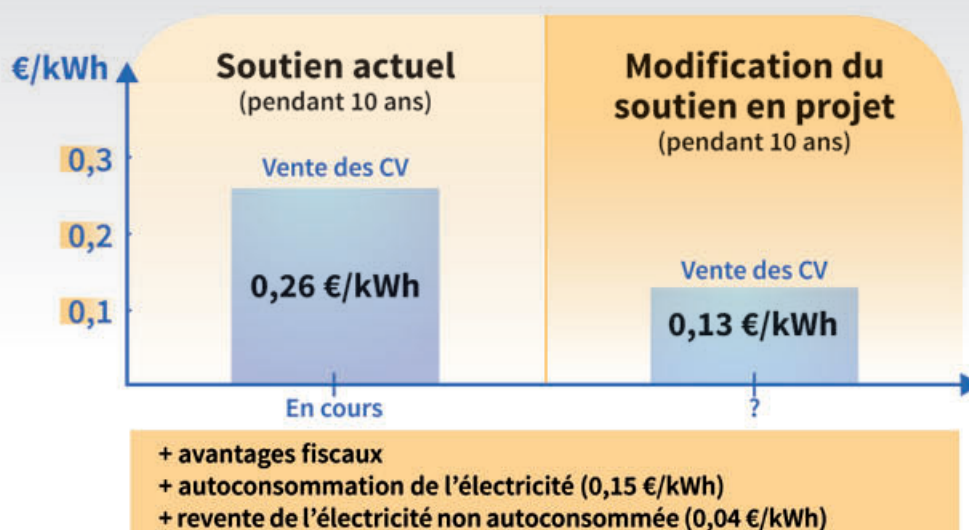
Le photovoltaïque industriel **EST** et **RESTE** rentable

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

Nous sommes dans un momentum offrant une très bonne rentabilité financière

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

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



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

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

Un partenaire durable ...

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

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

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



Tél.: 0800 78 788 - www.enersol.be

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

Rue de Maestricht, 49 - 4651 BATTICE

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



Ramada Plaza Liège City Center

Un hôtel à la hauteur de votre entreprise

Entièrement rénové au cours des dernières années, le Ramada Plaza Liège City Center s'impose désormais comme l'adresse idéale pour tous vos besoins professionnels. D'un repas d'affaires à un séminaire résidentiel en passant par une fête du personnel, le Ramada Plaza dispose assurément d'une offre taillée à la hauteur de vos attentes...

Un cadre exceptionnel

Le Ramada Plaza Liège City Center est avant tout un hôtel doté d'un cachet unique. Installé dans des bâtiments issus de différentes époques, il plonge le visiteur dans des atmosphères diverses et variées. Pénétrant dans le hall d'accueil ou dans sa chambre, ce dernier sera ainsi séduit par le design contemporain des lieux. Dans la partie restaurant, changement de style et place à un plafond en voute hérité d'un couvent du XVII^e siècle.



trendy du Lounge Bar. Ouvert de 11h00 à 23h00, il vous offrira un cadre idéal pour tous vos rendez-vous professionnels. Ensuite, si le temps le permet, pourquoi ne pas convier votre client sur la terrasse de l'hôtel pour y profiter d'une boisson rafraîchissante...

Enfin, à l'occasion de vos séminaires ou fêtes du personnel, le Ramada Plaza vous ouvre les portes de son restaurant.

Idéalement situé

Bordant les rives de la Meuse, le Ramada Plaza Liège City Center affiche également une situation enviable. Facilement accessible en bus depuis la gare des Guillemins, il se situe à 10 minutes de marche seulement du centre historique et commercial de la cité ardente. Proche des accès autoroutiers en provenance de l'Allemagne, des Pays-Bas, de la France, du Luxembourg et de Bruxelles, il permet de rejoindre en quelques minutes l'Aéroport de Liège ainsi que les parcs industriels environnants. À noter que le Ramada Plaza propose à sa clientèle un service parking.

570 m² d'espace de réunion.

Côté séminaire, le Ramada Plaza Liège City Center met à votre disposition 6 salles de réunion pouvant accueillir jusqu'à 240 personnes. Bénéficiant de la lumière du jour, ces salles sont dotées de tout l'équipement nécessaire à la réussite de vos séminaires ou présentations (accès d'internet à haut débit WiFi, projecteur LCD, flipchart...)

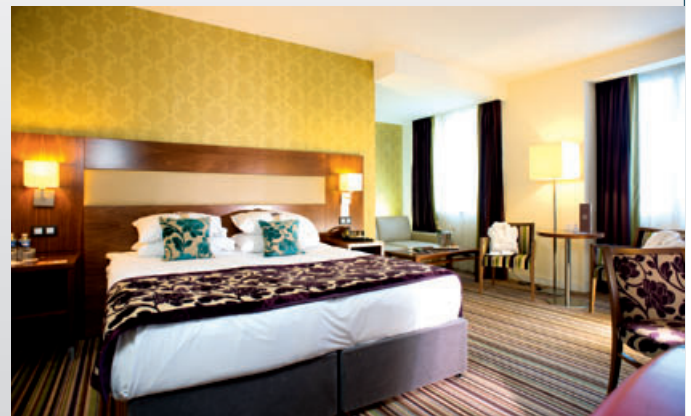
Vos repas d'affaire

Envie de vous restaurer? Différentes formules s'offrent à vous au Ramada Plaza! Pour vous aider à entamer efficacement votre journée de travail, l'établissement vous propose ainsi un buffet petit-déjeuner composé d'une grande variété de produits fraîchement préparés. Peu de temps à consacrer à votre repas de midi? Découvrez alors les plats

Offre séminaire « NEW HIP & HEALTHY »

- ▶ 52,00€ par personne valable à partir de 10 personnes
- ▶ Pause dans la matinée comprenant du café, thé, viennoiseries, yaourts et salades de fruits frais.
- ▶ Lunch composé d'un assortiment de produits sains et trendy: Diverses sélections de verrines, sandwiches, wraps, servis avec des crudités.
- ▶ Desserts: assortiment de gourmandises
- ▶ Incluant 2 boissons par pers. (vin, bière Jupiler, eaux ou boissons gazeuses) et café/thé
- ▶ Pause-café après-midi comprenant du café, thé et gourmandises du chef

N'hésitez pas à contacter Charlotte Demeuse (Sales Executive) pour toute demande de réservation de chambre ou Laurent Cimino (Banquet Sales Coordinator).



Ramada Plaza Liège City Center

Quai saint Léonard 36, 4000 Liège - www.ramadaplaza-liege.com • Pour toute demande relative à vos manifestations professionnelles: Charlotte Demeuse - Tél.: 04/228.81.11 – sales@ramadaplaza-liege.com • Laurent Cimino - banquetsales@ramadaplaza-liege.com

Nissan By LENTZ

Un nouvel acteur économique en région liégeoise

Depuis le 1er octobre 2013, le groupe By LENTZ, concessionnaire exclusif de la marque Nissan au Luxembourg, est présent en région liégeoise. Il compte être un partenaire actif dans la vie économique liégeoise, en collaboration avec la CCI de Liège-Verviers.

Le groupe By LENTZ a repris les trois concessions NISSAN, anciennement Konen-Lemaire, situées place Coronmeuse, 41 et boulevard Poincaré, 20 à Liège, ainsi que Chéravoie, 1 à Seraing.

Le retour de la marque sur Liège signe aussi celui d'un Liégeois. Christophe Wéry, Directeur Commercial et Marketing des affaires By LENTZ au Luxembourg et maintenant des concessions NISSAN By LENTZ en Belgique, est en effet d'origine liégeoise. «Après des études à l'Université de Liège, j'ai entamé ma carrière dans le secteur automobile comme vendeur dans la marque Nissan (déjà !), voici plus de 25 ans à Liège.» Il gravit les échelons et, après quelques années, il part travailler, toujours dans le secteur automobile, en France et depuis deux ans au Grand-Duché de Luxembourg chez By LENTZ Luxembourg qui a créé la filiale à Liège.

Présentez-nous By LENTZ. «Depuis de nombreuses années, le groupe est concessionnaire de 4 sites Nissan au Luxembourg. La marque NISSAN nous a fait confiance en nous confiant les 3 concessions Konen-Lemaire après leur faillite. Nous avons saisi l'opportunité de développer des activités et des parts de marché en région liégeoise en apportant notre savoir-faire, notre expérience et notre service clientèle.» By LENTZ emploie 100 personnes au Luxembourg et 25 en région liégeoise.

Qashqai, le retour

Nissan By LENTZ présente aux Liégeois le nouveau modèle Qashqai, le crossover sorti au salon de Bruxelles en première mondiale. Pionnier des crossovers, la première version est sortie il y a 6 ans, Qashqai est la voiture de ce type la plus vendue au monde. Aujourd'hui, Qashqai est de retour. «Il est nouveau tant au niveau de sa ligne que des qualités de matériaux, souligne Christophe Wéry. Et ce qui est vraiment intéressant, c'est que ce véhicule monte en gamme sans monter en prix.» Avec un nouveau design encore plus excitant, des technologies et des services connectés de dernière génération, vous vivrez un plaisir de conduite encore sublimé. Avec ses lignes affûtées, ce crossover est une vraie voiture urbaine et très bien finie. Vous apprécierez sa sellerie en cuir et ses sièges de nouvelle génération anti-fatigue, ainsi que son éclairage d'ambiance inédit. Grâce à une position de conduite surélevée, vous gardez un œil sur toutes les commandes, y compris sur l'écran couleur TFT 5" qui affiche en temps réel les informations utiles.

Prendre la route n'implique plus aujourd'hui de se couper du monde. Avec le Qashqai, vous restez connecté. Le tout dernier système de navigation NissanConnect est doté des fonctionnalités Points d'intérêt (POI) et Send-to-Car de Google, mais aussi de la radio par Internet, d'application

paramétrables et de nombreuses sources d'information actualisables en temps réel, allant des réseaux sociaux au prix des carburants, en passant par les horaires des vols, la météo, les infos. Avec le Qashqai, se garer devient un jeu d'enfant. Vision 360 degrés dotée de 4 caméras, le système AVM (Around View Monitor) offre une vue panoramique autour de votre Qashqai et vous permet de manœuvrer en toute confiance.

Idéale comme voiture de société

Autre avantage pour les entreprises, ce véhicule convient tout à fait comme voiture de société. «Il est spacieux et avec des motorisations diesel aux émissions de CO₂ à 99 grammes, et essence, il est intéressant comme voiture de société.» D'autres avantages? «Le service, les trois ans de garantie, la possibilité d'avoir des extensions de garantie à cinq ans, le service mobilité et le service dépannage 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Son prix, son équipement et ses performances font que Qashqai est très bien placé sur le marché. Ce véhicule constitue une grande partie de nos ventes.» Nissan, c'est du sérieux, c'est fiable. «Aujourd'hui que le nouveau modèle arrive, nous sommes persuadés qu'il va nous permettre de conquérir de nouveaux clients.»

À Liège, Nissan By LENTZ a la volonté d'être un acteur et un partenaire important dans la vie économique en collaboration active avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Liège-Verviers. «Nous sommes très confiants pour 2014» conclut Christophe Wéry.



Cet article n'engage pas la rédaction

[Alterego Design]

UNE SOCIÉTÉ NÉE en quelques clics

- ▶ Une entreprise active dans la vente de mobilier design sur le web
- ▶ Une gamme produite aux quatre coins du monde
- ▶ Deux showrooms en Belgique (Liège, Bruxelles) et un en France (Paris)

CÉLINE LÉONARD

Il suffit parfois de peu de choses pour créer une société. Employant aujourd'hui 29 collaborateurs répartis entre Liège, Bruxelles et Paris, Alterego Design est née sous l'impulsion de deux étudiants équipés à l'époque d'un simple PC. « Durant l'été 2005, mon ami Nicolas Gillard et moi avons décidé de vendre quelques objets de décoration sur eBay pour nous faire un peu d'argent de poche », se souvient Xavier Leballue. L'opération est un succès ! Dès lors convaincus des potentialités de l'e-commerce, les deux jeunes hommes décident de convertir cette expérience estivale en société. C'est ainsi qu'en 2006, une fois leurs études achevées, ils fondent Alterego Design, une entreprise spécialisée dans la vente de mobilier contemporain sur le web. « Le domaine du meuble nous est apparu comme un créneau vacant dans le monde de l'e-commerce, à l'inverse de secteurs tels que le voyage ou l'électronique déjà occupés par des mastodontes. »

N'ayant pas les ressources pour financer leur propre site, Nicolas et Xavier s'appuient dans un premier temps sur eBay. Les résultats aidants, ils franchissent, en 2007, une étape supplémentaire sur la voie la professionnalisation en faisant appel à un partenaire pour concevoir leur propre plateforme de vente.

Entre physique et virtuel

En 2008, les deux associés adaptent leur stratégie en inaugurant un showroom à Liège. « Nous évoluons dans un secteur où il est important de pouvoir toucher, essayer un produit avant de l'acheter. Nous avons donc décidé d'inaugurer ce lieu permettant au client de conforter son idée. Un endroit à la croisée des chemins entre physique et virtuel permettant de voir le produit mais aussi de retirer les achats effectués sur le web. » Depuis lors, Bruxelles et Paris ont à leur tour accueilli un showroom d'Alterego Design. « Nos articles ont beau être vendus sur le web, les ventes sont plus importantes dans un rayon de 50 kilomètres autour d'un showroom. À l'avenir, nous ambitionnons donc d'inaugurer de nouveaux établissements en Belgique, en France et aux Pays-Bas. »

La pression des prix

Précurseurs dans le secteur de l'e-commerce, Nicolas et Xavier rencontrent depuis leurs débuts une croissance à deux chiffres. « Elle n'est plus aussi fulgurante qu'au début de l'e-business mais nous continuons de croître ! L'univers du commerce en ligne est difficile. À la différence d'un commerce physique, il est quasi impossible d'y fidéliser un client, seul compte le prix. » Pour tirer son épingle du jeu, Alterego Design mise sur l'originalité de ses produits. « Nous avons constitué notre propre gamme de mobilier design, contemporain, fun et abordable. Nous comptons des fournisseurs un peu partout dans le monde (Italie, Chine, Turquie, Allemagne...) Nous sous-traitons directement la production de notre gamme aux meilleurs usines et ce sans intermédiaires. Nous pouvons ainsi proposer les meilleurs prix possibles. »

L'apport de Cide Socran

« En 2012, Meusinvest a rejoint le capital de l'entreprise. Une prise de participation qui a, en partie, pu être finalisée grâce à l'apport de

Cide Socran. En auditant et commentant notre business plan, il nous a permis de présenter un dossier appuyé par le regard d'un partenaire externe. Cet aval apporté par un organisme qui n'était ni juge, ni parti a sans aucun doute pesé dans la décision de Meusinvest. Aujourd'hui encore, nous entretenons des contacts réguliers avec Cide Socran que nous consultons sur des sujets divers. »



Nicolas Gillard et Xavier Leballue, fondateurs d'Alterego Design

Cide Socran

Au service des PME wallonnes

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

<http://cide-socran.be/clients/tpe-pme/>

ALTEREGO DESIGN

Avenue du Progrès n°21 - 4432 Alleur
Tél.: 04/361.13.00 - www.alterego-design.com



Jean-Christophe ROBIN
Directeur général



LIMELOGIC, LE SPÉCIALISTE « RÉSEAU INFORMATIQUE », PROPOSE UN FORFAIT INVARIABLE

Limelogic a choisi de faire de la gestion de réseaux informatiques son unique métier en imaginant une formule particulière : un forfait invariable quelle que soit la quantité de prestations réalisées. « La formation de notre équipe et le développement de nos outils sont axés sur cette seule activité et sur cette seule formule. Notre expertise en matière de gestion de réseaux informatiques se doit d'être excellente puisque Limelogic a autant intérêt que ses clients à ce que ceux-ci vivent le moins d'incidents possible. C'est cela qui rend notre formule unique. Les prestataires de services traditionnels vivent des incidents tandis que chez Limelogic, les incidents coûtent de l'argent. Nous mettons donc tout en œuvre pour permettre à nos clients de les éviter. Notre méthode de travail vise l'excellence par la force des choses. »

Limelogic collabore avec la plupart des sociétés informatiques qui fournissent des logiciels spécifiques à ses clients (ERP, CRM, etc.) pour permettre à ces derniers de prendre le meilleur des deux mondes. Limelogic peut également agir auprès de ses clients comme point de contact unique et se charger de remonter tout incident lié au logiciel vers l'éditeur ou le revendeur.

L'ensemble des interventions de Limelogic a pour objectif d'améliorer en continu les processus de gestion afin de garantir à chaque instant un réseau stable, homogène et maîtrisé. « Notre volonté est que chaque utilisateur chez chacun de nos clients vive une

expérience conviviale et agréable avec un outil qui ne souffre ni de comportements aléatoires, ni de lenteurs rédhibitoires. Nous devenons le responsable de la bonne santé de leur outil. »

QUELLE EST VOTRE PHILOSOPHIE DE TRAVAIL ?

Notre leitmotiv : Failure is not an option. Gene Kranz, directeur de mission à la NASA, prononça ces mots lorsqu'il prit en charge le délicat retour sur terre d'Apollo 13. Nous lui avons emprunté cette phrase, car elle résume mieux que toute autre notre philosophie : pour nos ingénieurs, une seule minute d'indisponibilité d'une infrastructure informatique est un échec.

VOUS TRAVAILLEZ AVEC DES « CONTRATS D'INFOGÉRANCE ». DE QUOI S'AGIT-IL ?

Nous nous engageons sur la base d'un forfait invariable, quelle que soit la quantité de prestations réalisées pendant la durée de notre partenariat. C'est un véritable engagement de notre part, une réelle prise de responsabilité. À périmètre de contrat inchangé, **le moindre incident, même le remplacement de matériel défectueux, fait partie du forfait.** Et ce, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Si un élément critique tombe en panne pendant le week-end, notre équipe de garde est avertie par le monitoring en place et nous intervenons afin que, le lundi matin à la première heure, le réseau soit parfaitement fonctionnel et

prêt à accueillir les utilisateurs. L'objectif est que l'incident soit transparent pour l'utilisateur final.

POURQUOI CE CHOIX D'OFFRIR UN SERVICE « TOUT INCLUS » ?

Nous avons la conviction qu'aujourd'hui, dans le monde des services informatiques, un engagement de moyens ne suffit plus. Nous disposons de l'expertise nécessaire et suffisamment d'outils existent pour garantir un résultat. Ce résultat, nous l'avons formalisé dans un contrat, une prise de responsabilités, un forfait.

COMMENT CE RÉSULTAT SE TRADUIT-IL SUR LE TERRAIN ?

Les statistiques parlent d'elles-mêmes : sur les 10 dernières années, notre client le moins bien loti a subi une indisponibilité totale d'une heure et demie... suite à une panne de courant généralisée dans son quartier.

PROPOSEZ-VOUS DES SOLUTIONS DANS LE « CLOUD » ?

Le cloud, au départ simple nuage, est devenu une véritable nébuleuse pour la plupart des gens. Nous estimons que le cloud, loin d'être la panacée, est plutôt une corde venue s'ajouter à l'arc des prestataires de services. Dès lors, nous ne prenons l'approche cloud en considération que lorsqu'elle peut apporter une plus-value technique et/ou financière à nos clients. De toute façon, cloud ou pas cloud, Limelogic se charge de tout.

LIMELOGIC

Rue Ernest Solvay, 29 - 4000 Liège - Tél. : 04 221 10 10 - Fax : 04 221 20 20
www.limelogic.be - info@limelogic.be

[Attrap'Sushi]

UN DESIGNER devenu traiteur

- 10 années d'expérience dans le design industriel
- Une envie de reconversion née à Paris
- Des assiettes créatives associant design et plaisirs culinaires

CÉLINE LÉONARD

Parcours étonnant que celui de Jean-Marc Willems. Designer industriel de formation, ce Liégeois a opéré voici quelques années un virage à 180° en devenant traiteur sushis. Deux univers professionnels a priori foncièrement distincts entre lesquels notre homme tisse pourtant des liens : « *Je propose aujourd'hui à ma clientèle du design qui se mange. En ce sens, ce deuxième métier n'est peut-être pas si éloigné du premier...* »



De Paris à Liège

C'est dans la capitale française que Jean-Marc Willems a eu l'idée de se lancer dans la fabrication de ce plat emblématique de la cuisine japonaise. « *À l'époque, je prospectais beaucoup le marché français. De passage à Paris, je me suis rendu compte que les bars à sushis y fleurissaient. Fatigué par la carrière que je menais, j'ai vu dans ce secteur représentant une alternative saine sur le marché des plats à emporter une possible reconversion.* »

Soutenu par son épouse, Jean-Marc Willems entame une initiation à l'art du sushi dans la ville lumière. Une formation d'un niveau professionnel ne connaissant pas d'équivalent en Belgique. Fort de ce nouveau bagage, il propose dès 2010

ses services traiteur en région liégeoise. « *Les organismes financiers étant un peu frileux, j'ai démarré sur fonds propres. Ne disposant que de moyens de communication très limités, j'ai pris part à divers événements culturels et festivals pour me faire connaître.* » Et le bouche-à-oreille fonctionne ! Le projet de Jean-Marc Willems prend rapidement de l'ampleur et la société Attrap'Sushi voit le jour en 2011.

Une carte en évolution

Restreinte à ses débuts, la carte de Jean-Marc Willems s'est étendue avec le temps. « *Elle a, notamment, évolué grâce à l'apport des collaborateurs qui ont rejoints l'entreprise : Alexandra Bouchard, une Québécoise pleine d'idées novatrices, et Fabrice Malpas, un cuisinier passionné par le Japon.* » Une équipe créative qui n'hésite pas à réinventer le sushi au gré des saisons et de ses inspirations. « *Certains m'ont reproché de franciser le sushi en utilisant des noix de Saint-Jacques, du*



Jean-Marc Willems (gérant) aux côtés de Fabrice Malpas (cuisinier)

foie gras... En réalité, au Japon, les recettes varient en fonction des ingrédients dont les gens disposent dans leur région. Je reproduis ici le même schéma. Par ce biais, j'aspire aussi à proposer des produits frais uniques que le client ne pourra trouver ailleurs.»

Consolider l'avenir

Comptant aujourd'hui 5 collaborateurs, Attrap'Sushi a au fil des ans diversifié ses activités. Parallèlement à son service traiteur, la société propose désormais à sa clientèle de déguster ses préparations sur place le temps d'un lunch. Des ateliers hebdomadaires de préparation de sushis sont également organisés. Une petite épicerie de produits japonais a, enfin, vu le jour au sein de son établissement. Objectif 2014 : étendre son réseau de distribution. « *Nous disposons déjà de plusieurs sushi corners (ndlr : points de dépôt) dans la région. Nous entamerons prochainement des négociations avec Delhaize pour être présent dans leurs magasins Proxy.* » La belle épopée des sushis de Jean-Marc Willems ne fait donc certainement que commencer.

ATTRAP'SUSHI

Rue de Tilff, 64 - 4031 Angleur - Tél.: 04/365.37.55 - www.attrapsushi.com

RESPONSABILITÉ

le choix de ses p

En Belgique, les entreprises de travail adapté (ETA) représentent 26.000 travailleurs. Leur mission: pérenniser l'emploi de leurs collaborateurs handicapés. Pour la réaliser, elles misent sur des partenariats commerciaux durables en phase avec les principes de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

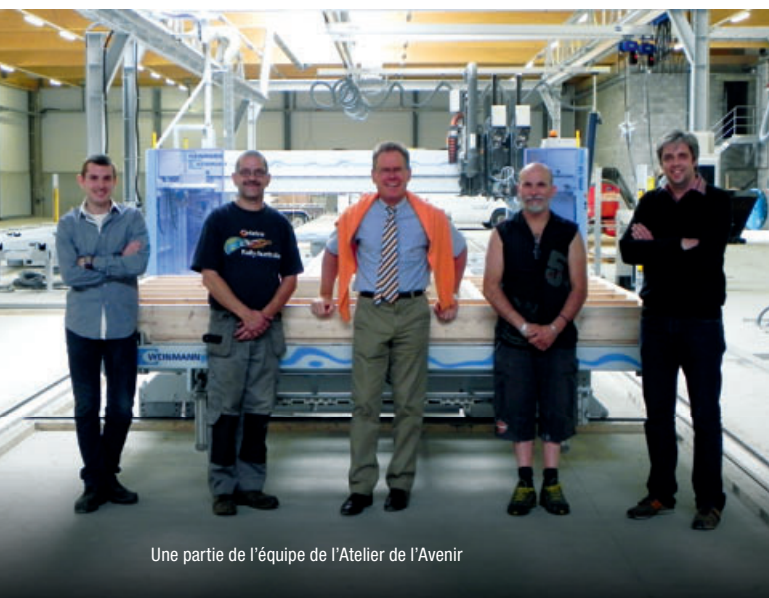
Quand une entreprise s'équipe de panneaux solaires ou aide l'association du coin qui offre du rire à des enfants malades, elle s'engage envers la planète et la société. Opter pour des partenaires d'affaires qui poursuivent des objectifs d'intégration est moins visible mais tout aussi responsable socialement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

En Belgique, près de 26.000 travailleurs handicapés mettent leurs compétences à profit pour conditionner, manutentionner, produire, aménager, entretenir et/ou vendre au sein d'une centaine d'entreprises de

Faire appel à elles pour l'un des 200 services et produits qu'elles proposent, c'est certainement faire un choix qui les aidera à accomplir leur mission. Ce choix peut se révéler nettement plus « socialement responsable » lorsque l'on passe d'un partenariat commercial classique à une logique de co-crédation, dans laquelle la dimension sociale de l'ETA est considérée et les besoins du client satisfaits. En d'autres mots, tout est réalisable... moyennant une adaptation du travail. Et cette recherche d'adéquation du job avec les capacités de ces entreprises extraordinaires peut être le fruit d'une collaboration étroite avec le client. Quand il s'y engage, ce dernier participe au challenge de dégager du bénéfice... humain !

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

Nous vous proposons une illustration concrète de partenariat entre les ETA de votre région et le secteur privé. Laissez-vous inspirer !



Une partie de l'équipe de l'Atelier de l'Avenir

travail adapté. Si elles jouent avec les mêmes règles commerciales – et répondent aux mêmes exigences – que n'importe quelle autre entreprise, les ETA se distinguent par l'objectif social qu'elles poursuivent : mettre à l'emploi des personnes porteuses de handicaps. Conséquence : elles ne cherchent pas du personnel pour le travail disponible, mais bien du travail adapté aux besoins de leur public-cible.

Des Ateliers qui ont de l'avenir

Les entreprises de travail adapté ne sont pas que des sous-traitantes de l'économie ordinaire, il arrive souvent que ces dernières travaillent main dans la main avec le circuit dit « classique ».

À Grâce-Hollogne, l'Atelier de l'Avenir, société à finalité sociale et filiale de l'entreprise de travail adapté les Ateliers du Monceau, en est un formidable exemple.

Grâce à un projet de recherche lancé en 2008, dans le cadre du 4^e appel à projets Plan Marshall et regroupant une dizaine de partenaires scientifiques et industriels¹, l'Atelier conçoit des maisons évolutives et durables. Il s'agit du produit CIMEDE (Construction Industrielle de Maisons Evolutives Durables et Economiques), un nouveau concept de construction, basé sur des cloisons et des planchers en ossature bois préfabriqués en usine, permettant de produire des maisons unifamiliales durables, à basse consommation d'énergie et à faible coût. Autre atout majeur du produit : son caractère innovant, il est susceptible de montage – démontage – remontage.

SOCIÉTALE: artenaires...

Au-delà de l'aspect environnemental, l'Atelier de l'Avenir s'inscrit également dans une démarche sociale importante en employant principalement des personnes handicapées, pour la plupart sourdes et malentendantes. L'équipe compte actuellement une quinzaine de personnes, des ouvriers mis à disposition par les Ateliers du Monceau dans le cadre d'un contrat d'entreprise avec l'Atelier de l'Avenir. La société devrait s'agrandir considérablement dans les années à venir grâce à un carnet de commandes qui ne cesse de se remplir. Après la réalisation de ses locaux, l'entreprise a participé à la création du centre d'hébergement pour personnes handicapées à Aywaille, deux maisons individuelles à Marcinelle et est en bonne voie pour décrocher plusieurs marchés de logements sociaux.

INFOS

www.atelier-de-lavenir.be
www.cimede.be

MICHAËL LANS (FEBRAP, FÉDÉRATION BRUXELLOISE DES ENTREPRISES DE TRAVAIL ADAPTÉ) & OPHÉLIE LUCIANO (EWETA, ENTENTE WALLONNE DES ENTREPRISES DE TRAVAIL ADAPTÉ)

Les ETA liégeoises

La Province de Liège compte 12 entreprises de travail adapté (ETA):

L'Aurore

Route de Tirlemont 106
4280 Hannut
Tél.: 019/51.66.48

Le Perron

Rue R. Noiset 1-5
4000 Liège
Tél.: 04/252.69.06
www.leperron.be

Les Ateliers Jean Del'Cour

Rue de l'Expansion 29
4460 Grâce-Hollogne
Tél.: 04/239.80.80
www.jean-delcour.be

Les Ateliers Orts

Parc industriel des Plénesses
rue des Waides 13
4890 Thismister-Clermont
Tél.: 087/30.60.00
www.orts.be

Les Ateliers du Monceau

Rue de l'Avenir 75
4460 Grâce-Hollogne
Tél.: 04/239.70.10
www.dumonceau.be

L'Atelier Mosan

Avenue de la Croix Rouge 2b
4500 Huy
Tél.: 085/27.40.20

Les Ateliers d'Ensival

Rue des Weines 65
4800 Ensival
Tél.: 087/30.72.90
www.ate-ensival.be

La Lumière

Rue Sainte-Véronique 17
4000 Liège
Tél.: 04/222.35.35
www.lalumiere.be

Le Village liégeois

Rue du Teris 25
4100 Seraing
Tél.: 04/337.56.76
www.villageliégeois.be

L'Atelier Jean Gielen

Chaussée Romaine 178
4300 Waremmé
Tél.: 019/338.777
www.jeangielen.be

Les Gaillettes

Rue de Maestricht 43
4651 Battice
Tél.: 087/69.33.80
www.lesgaillettes.be

Val du Geer

Rue de la Grotte 8
4690 Eben-Emael (Bassenge)
Tél.: 04/286.091.10
henri.erpicum@valdugeer.be

Les ETA namuroises

La Province de Namur compte 9 ETA:

L'Atelier

Rue des Pieds de Allouettes
51-53
5100 Naninne
Tél.: 081/30.19.77
www.atelier-jambes.be

Entranam

Rue de l'Avenir 5
5002 Saint Servais
Tél.: 081/719.200
www.entranam.be

V3-Manupal

Zoning industriel d'Achène
rue du Parc Industriel 33
5590 Achène
Tél.: 083/ 23.17.80
www.v3-manupal.be

Atelier 85

Rue de Mettet 127
5620 Florennes
Tél.: 071/68.86.73
www.atelier85.be

CARP

Rue de la Gendarmerie 38
5600 Philippeville
Tél.: 071/66.68.21
www.lecarp.be

ETA 123 de Beauraing

Zoning industriel,
route de Rochefort 201/203
5570 Beauraing
Tél.: 082/71.19.72
www.eta123.be

Les Dauphins

Rue des Praules, 13
5030 Gembloux
Tél.: 081/61.28.73
Fax: 081/61.46.73
www.lesdauphins.be

Fournipac

Rue du Geron 14
5300 Andenne
Tél.: 085/61.60.70
www.fournipac.be

Atelier Saint-Vincent

Rue du Tige 44
5580 Rochefort
Tél.: 084/21.17.77
www.ateliervincent.be



¹ Partenaires: «l'Atelier de l'Avenir, les Ateliers Du Monceau, des services de l'Université de Liège, le Centre scientifique et technique de la construction (CSTC), le bureau d'architecture Grondal, les entreprises Mery Bois, Wust et Knauf et la Société wallonne du Logement (SWL).»

COCKTAIL ANNUEL DES DE L'ARRONDISSEMENT

GIRRETZ PIERRE ENERGIES ALTERNATIVES - 20 Janvier 2014

Cette année encore, le Cocktail Annuel des membres verviétois a inauguré une nouvelle saison de rencontres business. Exclusivement réservé aux entreprises de l'arrondissement de Verviers, ce Cocktail est le lieu de rencontre privilégié des dirigeants d'entreprises et des représentants politiques de la région. Pour cette édition 2014, cette une société en plein essor qui avait endossé la casquette d'hôte du jour : l'entreprise Girretz Pierre Energies Alternatives.

© STEPHAN KERFF

LÉGENDES:

- 1** Discours d'accueil et de nouvel an d'Alexandre GROSJEAN (Président CCILVN)
- 2** Présentation de Pierre GIRRETZ
- 3, 4 et 5** Visite de l'entrepôt, de l'ensacheuse (emballe 100.000 T de pellets/an) et de la mise en palette automatique.
- 6** Xavier CIECHANOWSKI (Solacio) – Marc ELSSEN (Bourgmestre de Verviers)
- 7** Henri RENSONNET (Depairon) – Gérard COLLETTE (Centre des Abrasifs)
- 8** Sébastien RYHON (Coretec) – Yves WARNANT (Dauvister) – Pierre-Yves DOZO (Coretec)
- 9** Alain SCHOONBROODT (Station Inter Zonings) – Jean-Pierre PUISSANT (Energiesolutions)
- 10** Marc FABRY (Schreiber) – Urbain ORTMANS (Télévesdre) – Cédric CAPELLE (Garsou-Angenot)
- 11** Mireille HERZET (Le Forem) – Christophe NAA (Equip')
- 12, 13 et 14** Les 220 participants réunis chez GIRRETZ Pierre Energies Alternatives
- 15 et 16** Photo de groupe pour quelques participants réunis à l'occasion de ce drink de rentrée.



MEMBRES DE VERVIERS



COCKTAIL ANNUEL des Membres Na

GARAGE BAUDOUIN PIERRE - 23 janvier 2014

Premier événement de l'année en terres namuroises, le traditionnel Cocktail annuel est toujours l'occasion de partager un moment de convivialité entre entrepreneurs namurois.

Implanté à Naninne, le Garage Baudouin Pierre nous a, cette année, ouvert les portes de son établissement.

Découvrant les nombreux véhicules, pas moins de 255 entrepreneurs s'étaient donné rendez-vous pour recueillir les vœux et perspectives 2014 présentées par Jean-François Coutelier (Vice-Président de la CCILVN).

© YVES GOETHALS

LÉGENDES:

- 1 : Discours d'accueil et de nouvel an de Jean-François COUTELIER – Vice-Président CCILVN
- 2 : Présentation Jonathan PETIT – Directeur du Garage Peugeot Baudouin Pierre
- 3, 4 et 5 : Beau succès de foule pour cette édition avec 255 participants
- 6 : Bernard LORQUET et Caroline SCHMITZ (Groupe Peugeot Schyns)
- 7 : Françoise DEUSSEN et Danielle GOYENS (Ferme Château Laneffe)
- 8 : Ode LECONTE et Benoît DELMELLE (Azimut)
- 9 : Jean-thomas LEPLAT (Artexis Expo) et Renaud DEGUELDRE (BEP)
- 10 : Simon-Pierre BREULS (Universem) et Delphine FRENNET (UCM Namur)
- 11 : Jean-Yves ECHEVIN et Ann GOOSSENS (Electrabel)
- 12 : Geoffroy JOSQUIN et Jocelyne LARDOT (BNP Paribas Fortis)
- 13 : Le dixieland River's Boat Band qui a animé la soirée
- 14 : André DECOCK (Berhin) – Marc LONGREE et Manu DARDENNE (Energytec)



murois

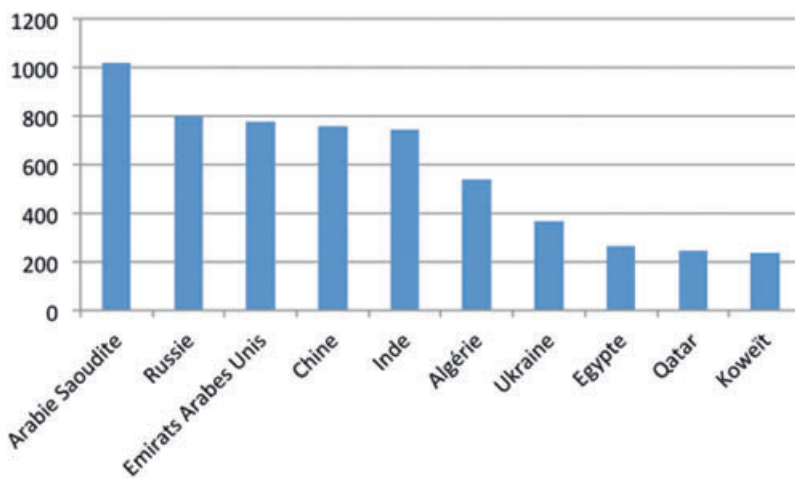


FORMALITÉS À L'EXPORT: BILAN 2013

GABRIELLE VANDE VELDE - © STÉPHANE LARUELLE

Votre entreprise réalise ou va réaliser des opérations commerciales à l'étranger ? à l'instar de toutes les Chambres de Commerce à travers le

monde, votre CCI vous propose un ensemble de services pour vos formalités à l'exportation. Retrouvez ci-dessous les résultats engrangés en la matière au cours de l'année 2013.



Certificats d'origine – Digichambers

2013 est l'année de tous les records en ce qui concerne l'émission des certificats d'origine. En effet, votre CCI a émis pas moins de 9555 documents, soit une hausse d'à peu près 10 % par rapport à l'année précédente.

La plate-forme DigiChambers servant à l'émission de certificats d'origine en ligne a stabilisé le nombre de certificats validés via ce canal : le taux moyen de digitalisation avoisinant les 77 %.

Le top 10 des pays réclamant un certificat d'origine est à peu près stable depuis 3 ans et tout à fait identique à celui de 2012. Ces 10 pays constituent à eux seuls 60 % des demandes de certificats. L'Arabie Saoudite devance de peu la Russie et les Emirats Arabes Unis avec pour chacun d'entre eux entre 750 et 1000 demandes de certificats d'origine.

Carnets ATA

Le Carnet ATA est un document douanier international unifié valable 1 an, régi par une série de conventions douanières, qui simplifie les procédures relatives à l'admission temporaire hors taxe : 76 carnets ATA ont été délivrés par la CCI LVN en 2013.

Dossiers ambassades

Votre CCI prend en charge tant les visas sur passeport que les visas de documents pour l'export. Plus de 400 dossiers ont transité par nos bureaux l'année passée avant d'être validés par les ambassades et consulats concernés.



L'équipe des formalités à l'export au grand complet : Gabrielle Vande Velde, Sophie Hohlstamm, Anne Pirllet, Anne-Marie Cabay et Chantale Cool.



Retrouvez toutes les informations relatives aux formalités à l'export sur www.ccilvn.be

CONTACTS :

Sophie Hohlstamm,
formalités export – traductions
sh@ccilvn.be – Tél.: 04/341.91. 91
& Gabrielle Vande Velde,
responsable formalités export
gaby@cclvn.be – Tél.: 04/341.91.73

KINEPOLIS LIÈGE

NOUS ORGANISONS VOS ÉVÈNEMENTS
POUR PETITS ET GRANDS BUDGETS



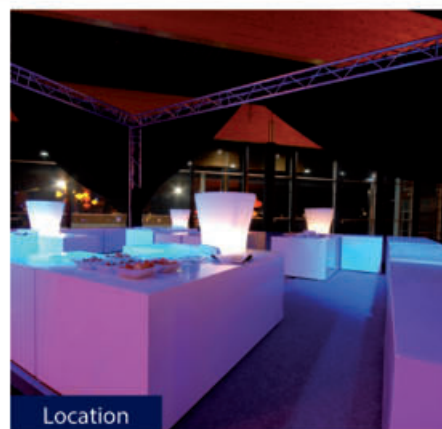
★ PROJECTION PRIVÉE AVEC UN FILM EN AVANT-PREMIÈRE OU UN FILM À L’AFFICHE



Event



Catering



Location

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

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

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

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

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

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

WHERE BUSINESS MEETS PLEASURE

kinepolisbusiness.com



BUSINESS

CECI N'EST PAS SURRÉALISTE!



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

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

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

BASE® business

WE CHALLENGE. YOU WIN.