

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

cci mag

MENSUEL N° 07
OCTOBRE 2020
ÉDITION BRABANT WALLON -
HAINAUT - WALLONIE PICARDE

L'INVITÉ
FRANKLIN FORREZ
(SPIE BELGIUM)
DE L'ÉNERGIE SUR TOUS
LES TABLEAUX...

Dossier

LA RÉVOLUTION DES EMBALLAGES

www.ccimag.be

VOUS AVEZ RÉUSSI là où d'autres ont échoué ? **FAITES-LE SAVOIR !**

Vous souhaitez parler de votre entreprise, de vos nouveaux produits, de vos résultats fulgurants, de votre futur déménagement... ?

**Grâce à la formule
«publi-reportage»,
CCImag' vous donne
la parole !**

LA FORMULE
PUBLI-REPORTAGE :

- Interview et rédaction du texte par notre journaliste
- Mise en page par notre graphiste

PROMO 2020

-15%

pour les membres
des CCI wallonnes

CONTACT :

Solange NYS

solange@ccimag.be

+32 (0)476 97 30 87

www.ccimag.be



Quid du packaging (post-Covid 19) de demain?

Quel sera notre monde de demain, ce monde post-Covid 19 qui a tellement souffert d'une crise économique sans précédent? A quoi notre économie locale et mondiale doit-elle s'attendre?

Aujourd'hui, le modèle le plus fréquent est l'économie linéaire: extraire, fabriquer, consommer puis jeter. La population mondiale augmente, la consommation aussi, mais nos ressources s'épuisent...

Le changement climatique et la dégradation de notre système conscientisent de plus en plus toutes les générations. La mouvance « green planet » gagnait de plus en plus de popularité, surtout chez la jeune génération.

Mais quel a été l'impact de la Covid-19 sur cette mouvance qui avait toute sa raison d'exister? Entreprise, citoyen, collectivités sont-ils toujours dans la réflexion d'une économie circulaire réfléchie?

Est-ce que la Covid-19, première grande guerre virale et mondiale du vingt-et-unième siècle détruira la nouvelle façon de consommer?

L'une des pistes de réflexion, souvent citée, est celle de la manière dont nos biens de consommation seront emballés: quid du packaging post-Covid 19? Si nous mixons la mouvance « green planet » pré-Covid 19 et la mouvance d'une économie circulaire post-Covid 19, il est dès lors également important de réfléchir sur la façon d'emballer nos biens de consommation!

L'une des nombreuses interrogations concernant le packaging de demain est la place réservée au marketing de nos emballages. Ce dernier sera-t-il en phase avec ces nouvelles mouvances et ne risque-t-il pas d'engendrer une dissonance qui aurait l'effet inverse de celui escompté? La réflexion stratégique du packaging de demain risque de prendre la route d'un packaging écologique, ce qui n'est pas dénué de sens! Repenser le packaging de demain doit englober la difficulté d'intégrer l'écologie et le marketing attractif.

Vivre au temps d'une pandémie nous oblige à repenser notre façon de vivre!

JÉRÔME VECCHIO,
PRÉSIDENT CCI HAINAUT

“ Repenser le packaging de demain doit englober la difficulté d'intégrer l'écologie et le marketing attractif.

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

CCI Hainaut
Siège de Charleroi
Avenue Général Michel, 1C - 6000 Charleroi
Siège de Mons
Parc Initialis - Bld André Delvaux, 15 - 7000 Mons
www.ccih.be - info@ccih.be

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



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

Éditeur responsable
Céline Squéart



Redactrice en chef:
SStéphanie Heffinck
ccibw.magazine@skynet.be

Publicité
Solange Nys
0476/97.30.87
solange@ccimag.be

Journalistes
Alain Braibant, Gaëtan Di Gravio, Tatiana Hamaide,
Stéphanie Heffinck, Hugo Leblud, Bob Monard,
Mélanie Vandevoorde, VDA.

Dossier
France Deuse, Stéphanie Heffinck

Photos
Invité du Mois : Reporters

Maquette et mise en page
Dreamcom - www.dreamcom.be
Sommaire : Sabine Renaville

Impression
AZ Print

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

L'invité du mois

Franklin Forrez
(SPIE Belgium)

4

Franklin Forrez est à la tête d'une équipe d'une cinquantaine de personnes. Mais dans le monde, SPIE compte... plus de 46.000 collaborateurs !



© EH-Reporters

Logistique

Transport et entreposage : la solution brabançonne Ivemar

8

Au fil des ans, Ivemar, spécialisée dans le transport et l'entreposage de marchandises, conditionnées ou non, s'est focalisée sur les secteurs des industries alimentaire et pharmaceutique.



Dossier

La révolution des emballages

13

Les emballages, il y en a de toutes les formes, de toutes les couleurs et pour bien des usages. Leur fonction première est de protéger leur contenu, faciliter leur transport et la manutention. Mais le packaging peut aussi se révéler un excellent support de communication...



Celabor



All Inpack Service



© M. Cox (CenturyBox)

CenturyBox



© David Plas

Boulangerie épicerie Champain

Jeune entrepreneur

Les boîtes magiques de Tiphany...

11

Tiphany Ruggeri a créé My Pure Cure Box, des boîtes contenant des produits « bien-être », à l'image de ses valeurs et de qui elle est...



Laboule



© Aurore Lessoir

Gaufres Lemaitre

J.Palmaerts

Honest Talk

Aurore Mourette
(Plastiwin)

30

En Wallonie, le secteur de la plasturgie représente 350 entreprises et 10.500 emplois. Un acteur de poids qui a fait de l'économie circulaire, du recyclage et de la transition vers l'industrie 4.0 des enjeux prioritaires. Evocations aux côtés d'Aurore Mourette, Directrice générale du cluster Plastiwin.



Brèves

L'actualité du chef d'entreprise

32

Au programme de cette édition : des emplois à la clé dans le secteur de la construction, un nouveau centre pour s'orienter vers les sciences et la technologie, un numéro d'appel dédié aux indépendants...et bien d'autres infos encore !



UWE

L'automne pour réformer...

34

La crise doit ouvrir une nouvelle voie positive de dialogue entre les acteurs de la société pour que se construise ensemble une Wallonie où il fasse bon vivre et entreprendre, insiste l'UWE en identifiant 8 axes dans un plan de redéploiement.





Economie en images

Maison Dutron : en équilibre entre la main et l'esprit

36

L'encadreur fait bien plus qu'entourer une œuvre. Chercheur d'harmonie, il s'emploie à révéler la beauté de celle-ci tout en restant fidèle à l'intention première de l'artiste. Un métier de dextérité que la Maison Dutron exerce depuis 1896.



Automobile

Sécurité et esthétique : pas incompatibles...

40

La Volvo XC 40 tient la vedette depuis 2018 avec le titre envié de Voiture de l'Année... ou comment présenter fiabilité et sécurité, tout en pouvant se targuer d'un joli profil...



Portraits

Cimenteries CBR Antoing : le clinker, c'est (presque) du béton !

41

CBR Antoing produit du clinker destiné aux cimenteries du Groupe HeidelbergCement. Sa matière première ? La pierre calcaire provenant de la Carrière d'Antoing avoisinante !



Cimenteries CBR Antoing

Fondation Paul Duhem : des œuvres à perpétuité !

42

La Fondation Paul Duhem pérennise et met en valeur un patrimoine artistique exceptionnel de plus de 5.000 œuvres réalisées par des personnes en situation de handicap.



Fondation Paul Duhem

GTM : monter pour voir plus loin...

43

GTM s'est associée au FOREM dans le cadre de la mesure « Coup de Poing Pénuries ». L'entreprise de montage de structures métalliques recherche en effet des « profils complets », à même de remplir un large éventail de tâches.



GTM

Vie de nos entreprises

Brèves sur les entreprises du Hainaut et du Brabant wallon

44

Le Centre de compétence Epicuris est le seul centre wallon dédié aux métiers de bouche. Il a installé temporairement ses quartiers au Lotto Mons Expo.



Echos de la CCIBW

Les activités de la CGI Brabant wallon en photos

48

Le confinement, la crise, n'ont pas empêché la CCIBW de se tenir au service de ses membres. Parmi les alternatives proposées, elle a organisé plusieurs webinaires,...



Echos de la CCIWAPI

Les activités de la CGI Wapi en photos

51

Le 3 septembre dernier, la CCI WAPI a organisé sa traditionnelle Assemblée Générale en visio-conférence. L'occasion de confirmer que 2019 fut une très belle année pour cette Chambre de Commerce...





SPIE

FRANKLIN FORREZ (SPIE Belgium)

**DE L'ÉNERGIE SUR TOUS
LES TABLEAUX...**



- ▶ La SPIE est née avec l'électrification et le métro de Paris. Sa division mouscronnoise est spécialisée dans l'électricité industrielle et les tableaux électriques.
- ▶ D'une dimension humaine (55 travailleurs), l'entreprise hurlue peut s'appuyer sur la structure solide d'un groupe séculaire et multinational.
- ▶ Un atout notamment lorsqu'il faut être compétitif... pour recruter des perles rares et les conserver au sein de l'équipe.

A. VALÉE - © EH-REPORTERS

Fondée à Paris en 1900 pour soutenir l'urbanisation galopante et le déploiement du métro dans la capitale française, la SPIE a déployé progressivement ses différentes divisions en Belgique depuis la fin des années 1960. Aujourd'hui, tout juste 120 ans plus tard, SPIE Belgium regroupe 17 implantations et plus de 1.850 travailleurs dans les domaines du génie électrique, mécanique et climatique, de l'énergie, des réseaux de communications, de la transformation digitale ou des infrastructures.

Celle qui s'appelait autrefois 'Société Parisienne pour l'Industrie des chemins de fer et des tramways électriques' en a fait, du chemin, pour offrir aujourd'hui des services technologiques pointus : énergie, électricité, instrumentation, mécanique, tuyauterie industrielle, automatisation, gestion du trafic, génie climatique, centre de données et Cloud, gestion documentaire, infrastructures IP ou environnements utilisateurs IT... Des métiers qui ont beaucoup évolué, notamment dans les domaines de la mesure et de la gestion par l'utilisateur, et dans des optiques d'économie d'énergie.

Active dans la première des quatre grandes divisions du groupe (Industry, Building Systems & Services, Infrastructure & Services et ICS), la Business Unit mouscronnoise est en fait le fruit de la reprise en 2012 des activités des sociétés G. Van Overschelde, Vano Electro et Vanogroep. « Avec notre bureau d'études, nos ingénieurs ainsi que nos électriciens et installateurs, nous sommes spécialisés dans la réalisation des installations électriques et des tableaux électriques, et nous accompagnons nos clients de l'analyse à l'entretien courant », illustre Franklin Forrez, à la tête de cette équipe d'une cinquantaine de collaborateurs.

Installations basse ou haute tension, usines ou bureaux, l'entreprise travaille principalement à l'ouest du Hainaut - un ancrage régional revendiqué par le groupe - « et majoritairement en direct avec le client, ce qui permet une compréhension plus aiguisée de ses besoins ».

Coup de génie

« Avec 55 personnes, notre Business Unit est finalement petite, comparée à certaines entreprises concurrentes sur le secteur en Wallonie picarde. Mais la force d'une société comme SPIE, c'est de pouvoir mettre ses différentes business units, avec autant de compétences spécialisées, au service d'un même client, d'un même projet », se réjouit Franklin Forrez. Pour avoir un ordre de grandeur, SPIE compte plus de 46.000 collaborateurs de par le monde, et a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires consolidé de 6,7 milliards d'euros...

La force d'un tel groupe s'exprime aussi lorsqu'il s'agit de recruter, former et créer les conditions de bien-être au travail pour le personnel. « SPIE attache beaucoup d'importance à ces éléments : la formation continue, la satisfaction au travail au quotidien. »

Tout cela est notamment voulu pour faciliter le recrutement et diminuer le turnover. « Bien entendu, la conjoncture et la pénurie structurelle de personnel en Wallonie comme en Flandre, dans notre domaine, engendre un énorme changement de mentalité parmi nos jeunes recrues. Ils ont l'embaras du choix, ils sont sollicités de toutes parts pour rejoindre des entreprises. A l'époque, pour mon premier job, je patientais dans un couloir aux côtés de 10 autres candidats ! On paie aujourd'hui les pots cassés de décennies où les études techniques ont connu une réelle désaffection. Voilà pourquoi j'estime que nous avons aussi, en tant qu'entreprise, un rôle sociétal à jouer en termes de formation », constate Franklin Forrez.

Il sait aussi que, sur un marché très concurrentiel, ses homologues, petits et grands, sont confrontés aux mêmes difficultés pour trouver de la main d'œuvre qualifiée. « Je dispose d'une fourchette salariale, en tant que manager, pour recruter efficacement ». Autre atout dans la poche du gestionnaire, l'échelle de la SPIE augure aussi de réelles possibilités d'évolution de carrière, en interne. Franklin Forrez peut en témoigner aisément, lui qui a été retenu face à deux candidats extérieurs, lorsqu'il a postulé pour le job de B.U. Manager !



SPIE attache beaucoup d'importance à la formation continue et à la satisfaction au travail. »



Coup de force

« J'ai eu la chance de partager ma carrière dans trois domaines proches, et pourtant avec des visions différentes du même métier : chez un fournisseur de matériel électrique, au sein d'un organisme de contrôle, et ensuite dans un bureau d'études », analyse Franklin Forrez. Désormais à la tête d'équipes qui conçoivent, installent et entretiennent des installations électriques, notre homme peut se targuer « d'avoir une vision à 360 degrés des projets que nous gérons ». Une valeur ajoutée qui n'a sans doute pas été étrangère à sa rapide progression au sein de l'organigramme du tout jeune site mouscronnois de la SPIE. « Ce sont en effet des expériences très complémentaires qui me permettent de mieux appréhender les réalités de terrain de chacun de mes interlocuteurs », poursuit Franklin Forrez.

Son arrivée en tant que Business Unit Manager n'a donc rien d'un coup de force, « a contrario, elle s'est même faite en douceur, j'ai été accueilli chaleureusement par toute l'équipe. J'ai simplement pris un peu de recul, mais le fait d'être finalement très nouveau dans l'entreprise a été un avantage non négligeable. A l'extérieur aussi, j'ai ressenti beaucoup d'ouverture et de convivialité à mon endroit, comme au sein de la CCIWapi. Le fait que je sois originaire de Flandre n'a pas du tout été un frein ! »

Franchissez le mur de la langue avec le service traductions de vos CCI!

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

Mais...

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

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

- pour toutes vos traductions techniques et commerciales
- afin de bénéficier de tarifs très intéressants (possibilité de réduction de 50 % HTVA – incitant AWEX)



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

Brabant wallon: 067 89 33 33 • Hainaut: 065 35 46 12
Wallonie picarde: 069 89 06 80 • Liège/Verviers/Namur: 04 341 91 91



« A l'époque, pour mon premier job, je patientais dans un couloir aux côtés de 10 autres candidats! »



BIO EXPRESS

- ▶ Né en 1962 à Aalbeke, Franklin Forrez a étudié l'électricité à l'école technique provinciale de Courtrai, puis a effectué sa carrière successivement chez un grossiste en matériel électrique (devenu CEBE0, à Courtrai), dans un organisme de contrôle (durant près de 15 ans), puis dans un bureau d'études. Il a également officié durant 14 ans comme responsable d'affaires chez Electro-Entreprise (EEG Group).
- ▶ Arrivé en tant que Project manager au sein de SPIE Mouscron en mai 2017, il brigue au bout de quelques mois la place vacante de Business Unit manager, fonction qu'il occupe donc depuis janvier 2018.
- ▶ Marié depuis 35 ans et père de Viktor (25 ans), il partage avec ce dernier sa passion pour la plongée sous-marine. Instructeur dans les ligues francophone et néerlandophone, il plonge depuis l'âge de 15 ans, « l'âge auquel j'ai appris la discipline... mais aussi le français, en fréquentant les couloirs de la piscine de Mouscron. Mon père voulait ça et je ne le regrette pas. »

Coup de gueule

« Il y a encore des sociétés qui nous traitent comme de vulgaires marchands de tapis, pour grappiller le dernier euro. Vu la technicité et la qualité du service que nous fournissons, je n'ai pourtant jamais peur d'affirmer que nos prix sont toujours les plus corrects. Notre rôle est, dès lors, de faire comprendre aux clients que le meilleur choix pour eux n'est pas toujours le moins cher, et surtout de faire preuve de pédagogie pour expliquer en quoi certaines options sont plus onéreuses de prime abord, mais moins à terme. Négocier pour négocier me met parfois en colère, d'autant que cette marge, lorsqu'elle est entamée juste pour le principe d'être le moins-disant, se répercute ensuite sur toute la chaîne, de nos fournisseurs au personnel. »

DU TAC AU TAC

▶ CCI mag' : La qualité que vous préférez?

Franklin Forrez : « L'honnêteté ; pour moi, c'est un socle de valeur important ».

▶ CCI mag' : Votre principal défaut?

F.F. : « Parfois, j'ai tendance à prendre les choses un peu trop au sérieux ».

▶ CCI mag' : Votre rêve de bonheur?

F.F. : « Être dans mon élément et ressentir la tranquillité sous l'eau, à l'écoute de ma respiration, pour me vider la tête ».

▶ CCI mag' : Ce que vous voudriez être?

F.F. : « Éducateur, ou enseignant : j'aime transmettre ».

▶ CCI mag' : Le pays où vous désiriez vivre?

F.F. : « L'Espagne, et plus précisément La Escala... »

▶ CCI mag' : Vos héros dans la vie réelle?

F.F. : « Jacques-Yves Cousteau ».

▶ CCI mag' : Votre domaine culturel préféré?

F.F. : « Je lis beaucoup, des romans, biographies. Ma bibliothèque doit compter plus de 400 bouquins de tous genres ».

▶ CCI mag' : Le don de la nature que vous aimeriez avoir?

F.F. : « Celui de remonter dans le temps, pour vivre les années 30 et le bouillonnement technologique qui a conduit à ce que nous connaissons aujourd'hui ».

▶ CCI mag' : La faute qui vous inspire le plus d'indulgence?

F.F. : « Personne n'est parfait ; je suis donc d'un naturel indulgent avec les fautes légères ou moins légères, tant qu'elles ne se répètent pas ».

▶ CCI mag' : Votre devise?

F.F. : « Toujours entamer une discussion avec autrui par des propos positifs » !

SPIE BELGIUM

Division 'Industry' - Drève Gustave Fache, 22 à 7700 Mouscron
Tél. : 056/85.21.21 - www.spie.be - info.be@spie.com

Transport et entreposage: la sol

Au départ de sa double implantation de Braine-l'Alleud et de Saintes, la jeune société Ivemar, portée sur les fonts baptismaux dans la ville voisine de Halle en 2004, est spécialisée dans le transport et l'entreposage de marchandises, conditionnées ou non.

H. LEBLUD

Au fil des ans, la sprl Ivemar - contraction des trois prénoms de la famille dirigeante avec Yves, pour le patron-fondateur, Vera, et Margot leur fille qui, après des études commerciales est aujourd'hui pleinement intégrée dans l'entreprise - s'est focalisée sur les secteurs des industries alimentaire et pharmaceutique.

Avec une flotte de transport moderne et de véhicules dont les tailles sont adaptées aux exigences de la clientèle, mais aussi des produits à transporter, Ivemar connaît, depuis sa création, une croissance soutenue.

Pour se rapprocher au plus près de ses principaux clients du secteur pharmaceutique, **l'entreprise a relocalisé progressivement ses activités sur deux importantes entités de la province du Brabant wallon.**

Ainsi, un premier bâtiment de stockage a été acquis en 2008 à Braine-l'Alleud et un autre espace, doté également de bureaux pour la gestion administrative, a été mis en exploitation en 2015 sur le zoning historique de Saintes, entité de Tubize.

Ces deux entrepôts disposent de zones de stockage, cloisonnables, qui peuvent répondre à des normes de température strictes et contrôlées en permanence, par exemple entre 2 et 8°, ou alors à température ambiante.

Transport

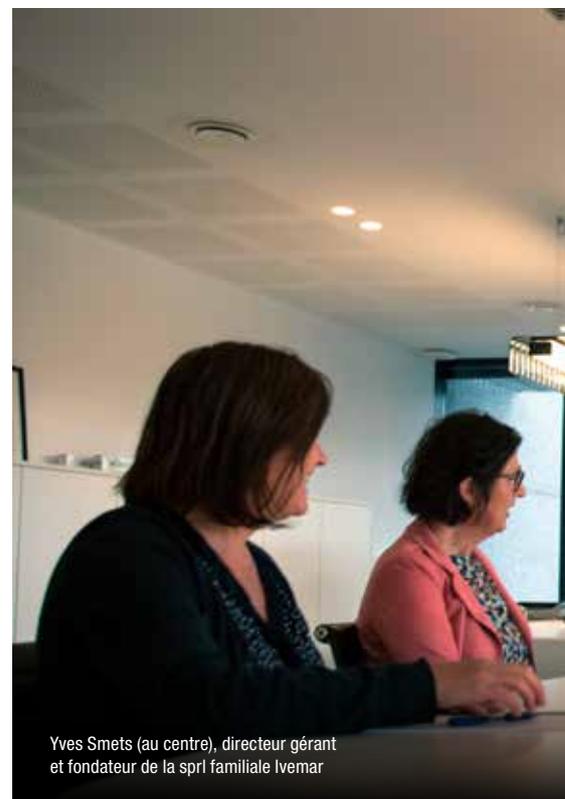
Pour assurer ses transports, au départ et vers la plupart des pays d'Europe de l'Ouest, Ivemar dispose d'une flotte de véhicules récents, tous agréés aux normes Euro 6, essentiellement des marques Scania, Mercedes et Iveco.

« Nous investissons chaque année des montants conséquents, au-delà du million d'euros, pour mettre à disposition une flotte la plus moderne possible afin de répondre aux exigences de qualité, et de nos chauffeurs et de nos clients » précise Yves Smets, directeur gérant et fondateur de cette sprl familiale.

En fonction de demandes spécifiques, Ivemar transporte, avec une petite camionnette adaptée à ce genre de service, un simple colis mais dispose également de camions susceptibles de prendre en charge jusqu'à 66 palettes.

Des véhicules, en fonction des produits transportés, dont la température « frigo » est surveillée en permanence, non seulement via la cabine du chauffeur, mais aussi sur des écrans dans les locaux administratifs d'Ivemar à Saintes.

« Nous contrôlons en temps réel la température de transport des produits, la localisation précise de nos véhicules par GPS et même aussi la pression des pneus de nos camions » souligne Vera Pletincx, en charge de la direction administrative de cette entreprise.



Yves Smets (au centre), directeur gérant et fondateur de la sprl familiale Ivemar



IVEMAR EN CHIFFRES

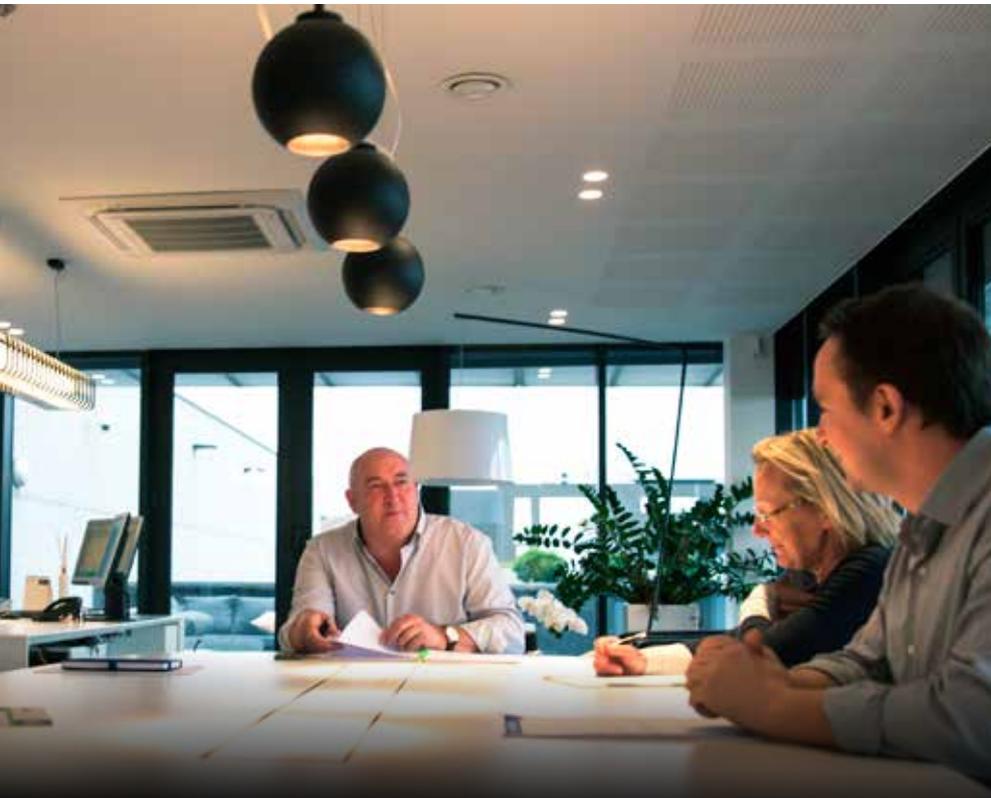
- chiffre d'affaires 2019 : 6.000.000 €
- nombre de véhicules utilitaires : 60
- collaborateurs : 48 dont 40 chauffeurs
- surfaces totales de stockage : 2.800 m²
- sites : 4 sites à Braine-l'Alleud, Saintes, Halle (garage) et Brucargo (espaces en co-location)



Ivemar dispose d'une flotte de véhicules récents, tous agréés aux normes Euro 6.



Logistique brabançonne IVEMAR



Toujours de manière très flexible, des espaces tant à Saintes qu'à Braine-l'Alleud, peuvent être mis à disposition des clients qui gèrent eux-mêmes et sans donc l'intermédiation des équipes d'Ivemar, le conditionnement et la distribution de leurs produits.

A l'inverse, Ivemar entrepose des équipements pour des clients et, à la demande ponctuelle de ceux-ci, assure l'acheminement de ces machines vers des lieux bien précis.

“ La quarantaine de chauffeurs d'Ivemar a été formée en matière de sécurité, d'hygiène, de certification GDP (Good Distribution Practices) ou encore pour le service du cargo aérien. »

Multilingue et certifications

« Nous offrons à nos clients un service en quatre langues - français, néerlandais, anglais et allemand - tant pour notre personnel administratif qu'à destination de nos chauffeurs » insiste Yves Smets.

La formation du personnel, avec des remises à niveau très régulières, est également au cœur des préoccupations de la société brabançonne, notamment lorsqu'il s'agit du transport de marchandises dangereuses, avec la certification ADR (Accord for Dangerous goods by Roads). La quarantaine de chauffeurs d'Ivemar a également été formée en matière de sécurité, d'hygiène, de certification GDP (Good Distribution Practices) ou encore pour le service du cargo aérien.



Les destinations les plus régulièrement couvertes par la flotte d'Ivemar sont le Benelux, la France, la Grande-Bretagne et la Suisse, « mais nous allons aussi en Norvège ou au fin fond de l'Andalousie » précise-t-on à Saintes.

Stockage

Outre le transport, l'autre cœur de métier d'Ivemar est l'entrepôt conditionné de marchandises nécessitant, ou non, un traitement particulier.

Parmi les produits-phares traités par Ivemar, on épinglera les **produits pharmaceutiques** et également de nombreux types d'**équipements médicaux**.

Les **denrées alimentaires**, conditionnées ou non en colis, constituent le second pôle fort de l'entreprise qui stocke également des éléments qui demandent moins de précautions, notamment au niveau de la température, comme des équipements électroniques.

Pour les denrées alimentaires, un compartimentage est prévu sur le site de Braine-l'Alleud afin d'offrir la température la plus adéquate aux produits stockés.

« Nous travaillons principalement avec des clients qui souhaitent sous-traiter leurs activités de logistique ou de gestion des stocks » souligne encore Margot Smets.



IVEMAR

Avenue Léon Champagne, 5 à 1480 Saintes
Tél. : 02/358.55.15 - www.ivemar.be



SAGA MERCEDES-BENZ en pole position sur le marché automobile wallon

C'est une nouvelle étape dans le développement de RCM Belgique : avec le rachat de Sogalux Charleroi, le concessionnaire automobile porte à six son nombre de points de vente de la marque en Wallonie, au travers du réseau de distribution SAGA Belgique. Elu best dealer 2019 par le constructeur allemand, SAGA Mercedes-Benz se prépare à ouvrir à Nivelles un concept store Mercedes-Benz de la nouvelle génération.

Actif depuis plus de 60 ans dans le secteur automobile, les établissements Piret qui avaient racheté en 2006 les concessions Mercedes Benz Herbosch, sont repris en 2019 par l'entreprise familiale SAGA Mercedes-Benz (RCM). Le rachat récent de Mercedes-Benz Charleroi approuvé en juillet par l'autorité belge de la concurrence en fait désormais le revendeur de la marque le plus important du sud du pays avec cinq autres filiales à Tournai, Saint Ghislain, Mons, La Louvière et Nivelles.

« La première force de notre entreprise, c'est la mutualisation », explique l'administrateur délégué du groupe Olivier Piret. Près d'un demi-millier de véhicules sont en effet immédiatement disponibles dans une gamme de 15 modèles de base, depuis la classe A à l'ultra-sportive AMG GT dépassant les 600 chevaux. Citadines, berlines, breaks, crossovers, SUV, monospaces, coupés, cabriolets: ils se déclinent dans une large palette de versions, motorisations, motoricités et finitions, pour répondre le plus adéquatement aux besoins de la clientèle. SAGA Mercedes-Benz opère dans deux autres segments du marché: l'occasion sous l'enseigne Mercedes-Benz Certified et le Vans: véhicules utilitaires légers. Avec ses trois ateliers de carrosserie et son centre de distribution de pièces de rechange qui alimente les garagistes, le groupe occupe à présent 260 travailleurs. « Performance, éthique, expertise et passion sont nos valeurs phares », insiste Olivier Piret. Elles constituent l'ADN d'une entreprise élue l'année dernière par le constructeur allemand best dealer pour la Belgique et le Luxembourg. Un award qui consacre à



la fois la qualité du service, le niveau de satisfaction des clients et l'évolution du chiffre d'affaires.

L'intégration de la concession de Charleroi ouvre de nouvelles perspectives avec un potentiel de vente accru de 40 %, soit plus de 3000 voitures neuves, 1500 occasions et 700 utilitaires. L'entrée en confinement et les six semaines de lockdown n'ont pas manqué de peser sur les résultats. « Mais nous n'avons pas encore trop à nous plaindre par rapport à d'autres secteurs ». Selon l'administrateur délégué, la reprise commerciale post-covid a en effet permis d'amorcer un rattrapage du retard dans les ventes. « Notre concept de one stop shopping n'y est pas étranger: nous nous attelons en effet à proposer tous les services, du leasing au financement en passant par la maintenance et les assurances. »

Enfin, Mercedes-Benz est à la pointe de la technologie. La marque a développé l'EQ power qui désigne l'électromobilité intelligente - l'EQV (un combi huit places 100 % électrique offrant le confort légendaire de la marque allié au plaisir de la conduite) sera l'une des nouveautés de la



reentrée 2020. Quant au groupe propulseur Plug-in-hybrid, il combine l'efficacité et le dynamisme des moteurs électriques à l'autonomie des moteurs thermiques. A Nivelles, SAGA-Piret ouvre au troisième trimestre un concept store de la nouvelle génération, conforme aux derniers standards MAR2020 de la marque. Sur 6.000 mètres carrés dont 4.000 de showroom, les consommateurs pourront vivre une expérience sensorielle unique en configurant le modèle de leur choix sur écran. Il leur sera alors possible de visualiser, toucher et même entendre la voiture, grâce à la reproduction exacte du bruit de sa motorisation. « Cette concession sera la plus moderne et la première du genre en Belgique », se félicite Olivier Piret. Un projet porteur de changements dans le commerce automobile lui-même, avec une nouvelle organisation de l'accueil et de la prise en charge du client. A court terme, l'entreprise prévoit de construire une seconde concession MAR2020 à Charleroi.

SAGA MERCEDES-BENZ

Rue Albert Einstein, 5 - 1400 Nivelles | Tél.: +32 67 88 99 00 | mercedes@saga-piret.be



[Tiphany Ruggeri (23 ans)]

LES BOITES MAGIQUES DE TIPHANY

Tiphany Ruggeri a créé My Pure Cure Box, des boîtes contenant des produits « bien-être », d'origine bio, locaux, dans la mesure du possible, des marques éco-responsables...

H. LEBLUD

► Votre cible?

T.R. : « Celle que j'atteins pour l'instant : les femmes entre 18 et 45 ans, mais j'aimerais atteindre celle représentée par des hommes et femmes entre 16 et 45 ans ».

► Pourquoi entreprendre?

T.R. : « Pour créer quelque chose d'unique, à l'image de mes valeurs et de qui je suis. Pour accomplir un but, un rêve, celui d'aider les gens au niveau de leur santé mentale, dans un but aussi préventif ».

► Votre jeune âge: un avantage ou un inconvénient?

T.R. : « Un inconvénient par rapport au manque d'expérience; c'est difficile d'avancer rapidement et, dans le même temps, d'être contrainte de rechercher un emploi pour se conformer aux exigences du Forem tant que l'entreprise, que j'ai lancée en mars 2019, n'est pas suffisamment rentable. Mais un avantage aussi, compte tenu des nombreuses aides publiques apportées (programme de jeunes étudiants entrepreneurs, etc...) ».

► Qu'apprendre de ses pairs plus âgés?

T.R. : « Comment avancer rapidement, quelles sont les erreurs à éviter, quelles sont les choses importantes et indispensables, en tant que jeune entrepreneur, auxquelles il faut penser ».

► Que transmettre à des pairs plus âgés?

T.R. : « Personnellement, et dans le strict respect de mes valeurs, j'aimerais simplement insister sur le fait que créer une entreprise ne se résume pas uniquement à « gagner beaucoup d'argent ». J'ai l'impression que les jeunes d'aujourd'hui sont davantage orientés, dans leur projet entrepreneurial, vers le bien de la société, changer le monde, etc... »

Ils ont des valeurs plus éthiques et écoresponsables alors que les personnes plus âgées pensent plus à « faire fortune ». J'estime aussi qu'on est plus dans le partage et dans un esprit de collaboration avec nos concurrents que dans la rivalité.



Tiphany Ruggeri

- Âge : 23 ans
- Formation : Graphiste
- Société : My Pure Cure Box
- Secteur d'activité : bien-être

Par exemple, lorsque je croise un « concurrent », je lui propose plutôt une collaboration, voire un partenariat pour enrichir, ensemble, le projet de base et s'offrir ainsi plus de visibilité ».

► Y a-t-il suffisamment de jeunes entrepreneurs en Belgique?

T.R. : « Cela ne fait qu'augmenter, il n'y en aura jamais assez »!

► Quels effets de la Covid sur vos activités et quels enseignements tirés?

T.R. : « Je me suis adaptée au COVID-19 en créant une box « confinement » qui a d'ailleurs rencontré un vif succès.

Actuellement, je travaille sur une box « déconfinement » de type « remise en forme ».

Sur un plan plus personnel, j'ai été, pendant cette période, beaucoup plus productive parce que je n'avais plus de distractions autour de moi et cela m'a été très bénéfique.

J'en ai donc tiré une leçon positive : quoi qu'il arrive, il faut pouvoir s'adapter à la situation et, quand on peut, en tirer profit, tout en respectant ses valeurs.

En créant la box « confinement », j'ai souhaité également diminuer le prix pour la rendre accessible à une clientèle la plus large possible ».

► Qu'est-ce qui changera dans votre activité, vos projets, votre façon de voir les choses sur les plans du business/personnel?

T.R. : « J'ai compris ce printemps que je pouvais, dans des délais assez courts, apporter une solution quand j'étais confrontée à une situation négative. La leçon est qu'il faut que je m'adapte assez rapidement et que je fasse encore plus confiance à mon intuition ».

► Votre devise?

T.R. : « La transparence et l'empathie sont deux priorités majeures pour moi. Mon « mantra » est : « Ne fais pas aux autres ce que tu n'aimerais pas que l'on te fasse ». J'utilise cette devise dans toutes les situations, professionnelles ou personnelles. Mon objectif, en lançant « My Pure Cure Box », est de faire le bien autour de moi et d'aider les autres. Et si je peux en faire mon métier, alors autant y aller à fond ! »

MY PURE CURE BOX

Rue Arthur Delaby, 5 à 7100 La Louvière
0493/45.09.10 - www.mypurecurebox.be

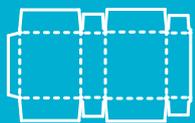


CRÉATION GRAPHIQUE



Le spécialiste packaging en Wallonie Picarde

25 ans d'expérience en création de packaging



DESIGN & COMPOSITION

LOSFELD

• LES ATELIERS DE COMMUNICATION •

UN PROJET ?

056 48 14 00

losfeld@losfeld.be

Rue de la Couronne, 76
B-7730 Estaimpuis

www.losfeldcommunication.com



SUIVI TECHNIQUE



LA TRANSMISSION, UN NOUVEAU SOUFFLE POUR L'ENTREPRISE

PROGRAMME COMPLET SUR
SEMAINEDELATRANSMISSION.BE

RENCONTREZ DES PROFESSIONNELS | SUR LES THÉMATIQUES DE VENTE ET D'ACHAT D'ENTREPRISE | PRÈS DE CHEZ VOUS |

La transmission d'entreprise, un enjeu économique majeur !

Racheter une société ...
Vendre votre entreprise ...
Une semaine pour s'informer, partout en Wallonie et sous format digital, grâce à la Semaine de la Transmission d'Entreprise.



SEMINE DE LA TRANSMISSION D'ENTREPRISE EN WALLONIE
9 > 20 NOV 2020

SOWaccess
GROUPE SOWALFIN

Wallonia.be

WWW.SEMAINEDELATRANSMISSION.BE

PACKAGING : LA RÉVOLUTION DES EMBALLAGES

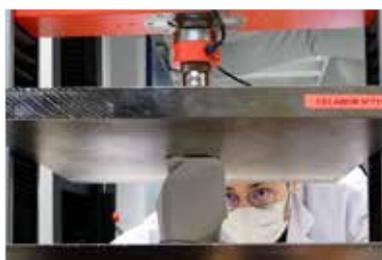
Les emballages, il y en a de toutes les formes, de toutes les couleurs et pour bien des usages. Leur fonction première est de protéger leur contenu, de faciliter leur transport et la manutention. Mais le packaging peut aussi se révéler un excellent support de communication : innovant, artistique, voire humoristique, il attire les regards de l'acheteur, véhiculant des informations sur le produit qu'il abrite et les valeurs d'une marque...

Dans notre dossier de ce mois, vous trouverez quelques ficelles pour emballer votre cible et la fidéliser, grâce à ce qu'on osera qualifier d'épiderme de votre produit...

FRANCE DEUSE & STÉPHANIE HEFFINCK



-  Analyse des matériaux d'emballage
-  Plateforme dédiée à la conservation des aliments
-  Contrôle de l'aptitude au Contact Alimentaire
-  Expertise technique et scientifique pour résoudre vos problèmes qualité ou litiges
-  Accompagnement vers des solutions d'emballages d'avenir (recyclables, faible impact carbone, biosourcés)



Contactez-nous :

 www.celabor.be
 packaging@celabor.be

*Une expertise unique en Région Wallonne
 Un laboratoire de pointe agréé et éligible aux
 Chèques Entreprises.*



PLUS QU'UN PACKAGING UNE INVITATION AU SAVOIR-FAIRE



Depuis 1885, Delsaux Cartonnages imagine et fabrique des packagings sur mesure pour chaque secteur.

Visite www.cartonnagesdelsaux.com

Concept assez vaste, le packaging d'un produit est à la fois son contenant physique mais aussi l'interface qui communique avec l'utilisateur du produit. Dans notre dossier, nous aborderons différents types d'emballages, du conditionnement logistique pour le transport au produit tel qu'il est présenté à sa cible.

Parce qu'il y a emballage et emballage...

Habituellement, on distingue 3 types d'emballage :

- **L'emballage primaire, ou emballage de vente**, est l'emballage conçu de manière à constituer un article destiné à l'utilisateur final.
- **L'emballage secondaire, ou emballage groupé** est l'emballage conçu de manière à réunir, au point de vente, un groupe d'un certain nombre d'articles. Il peut être vendu à l'utilisateur final (ex : la boîte contenant plusieurs sachets de riz) ou servir seulement à garnir les présentoirs du magasin.
- **L'emballage tertiaire, ou emballage de transport** est l'emballage conçu de manière à faciliter la manutention et le transport d'un certain

nombre d'emballages primaires ou secondaires pour faciliter leur manipulation physique et limiter les dommages liés au transport (ex : la palette avec du film plastique).

Nous parlerons également de l'**emballage industriel** qui regroupe l'ensemble des techniques qui permettent d'assurer la protection physico-chimique, mécanique et le conditionnement d'un matériel industriel. Cet emballage est évidemment différent en fonction du matériel à emballer ainsi que de la nature des circuits de distribution à emprunter.

Les fonctions du packaging

Quand on sait que dans le commerce de détail, entre 50 et 70 % des décisions d'achats se prennent sur le lieu de vente, l'efficacité visuelle du packaging est capitale.

Les fonctions de l'emballage sont multiples et peuvent être classées en 2 catégories : les fonctions techniques et les fonctions commerciales. Les fonctions techniques sont de contenir, conserver et protéger le produit d'une part et de faciliter le stockage, la distribution, le transport et la logistique de manière globale d'autre part.

Les fonctions commerciales ou marketing sont plus nombreuses : attirer l'attention et déclencher l'achat ; communiquer un message et informer le consommateur ; positionner la marque, la rendre unique et participer à sa publicité ; faciliter la manipulation et l'utilisation du produit (ergonomie) et enfin limiter l'impact écologique et diminuer les frais logistiques.

LE RÔLE DE L'EMBALLAGE EST GÉNÉRALEMENT PLURIEL

Pour bien des produits, le rôle du packaging n'est pas seulement fonctionnel, il est même très souvent pluriel et le volet marketing va parfois

orienter sa conception : il doit interpeller, surprendre, séduire, informer et convaincre. Quand on sait que dans le commerce de détail, entre 50 et 70 % des décisions d'achats se prennent sur le lieu de vente, l'efficacité visuelle du packaging est capitale. C'est un véritable argument de vente qui devient même parfois une unité de consommation à part entière.

LA DIVERSITÉ DES SECTEURS ET DES CANAUX DE VENTE

Même si l'importance du packaging est plus souvent abordée dans le commerce de détail, il peut aussi avoir son importance dans d'autres secteurs BtoC et également dans le BtoB. Tout dépend des fonctions que doit remplir l'emballage et de ce que l'entreprise veut communiquer à travers lui.

Comme le souligne **Boris Antoine**, Chargé de Relations entreprises chez Wallonie Design, qui rencontre tous les jours des entreprises en questionnement quant au design de leurs produits et services, « *le boom de l'e-commerce a également introduit une révolution dans le packaging : la vente en ligne apporte son lot de contraintes et d'opportunités stratégiques en la matière. De la mise en évidence des produits à la réception des colis, en passant par leur transport, les manières de communiquer au consommateur par le biais de l'emballage sont en constante mutation !* »

Un magnifique travail d'équipe

La conception d'un packaging implique de nombreux métiers artistiques et techniques. Le designer créatif, le graphic designer, le créatif publicitaire, le photographe, le styliste, l'illustrateur, le maquettiste, le cartonneur, le formiste, l'assureur qualité, le développeur produit, le responsable marketing, ... sont autant de métiers qui doivent pouvoir collaborer pour élaborer un packaging en tout point efficace.

« *En faisant appel à des professionnels du design packaging, l'entreprise s'entoure de spécialistes qui vont l'aider à prendre les bonnes décisions et à se positionner en fonction des besoins de ses clients* », explique Emilie Parthoens, Chargée de projets chez Wallonie Design.



© David Pias, Boulangérie Champaign

Réalisé par l'agence HOET&HOET pour Champaign, ce packaging est une parfaite illustration de la stratégie de l'entreprise. Au-delà des mots, il reflète son ADN : le beau, le bon, le savoir-faire, le local, la tradition

LaBoul® : une enveloppe sympa pour optimiser l'expérience dégustation !

Les vins conditionnés sous forme de « cubis » représentent 40 % du volume des ventes sur ce marché en France. En Belgique, ils convainquent un peu moins, puisque le secteur n'en grappille « que » 15 à 20 %.

Il faut dire que les consommateurs de « Bag-in-Box » ne risquent guère d'être séduits par les conditionnements de carton, à l'aspect rudimentaire, qui ne sont pas du plus bel effet sur la table des invités.

Les vins en « BIB » au bon rapport qualité/prix et dont les références ne cessent de s'étendre, méritaient un objet à la fois design et pratique qui les maintiendrait au frais !

En 2012, Cédric Boulanger, fort de ce constat, imagine la belle « enveloppe » qui remplirait cette fonction et fonde BE FUN Sprl.



2 MODÈLES POUR SUBLIMER LES LIQUIDES EN CUBIS

Le LaBoul®, nom de son invention aux formes arrondies « pour le côté chaleureux » (sic) et colorées, est proposé en 3 l. et 5 l. Ce dernier modèle, MaxiBoul, est produit par une entreprise de Nivelles, Polymar.

« Quand on ne voit pas son carton, et qu'on actionne un beau « LaBoul », on a l'impression que le vin qui en sort est encore meilleur », sourit son concepteur qui indique que la France est son principal terrain de jeu, avant la Belgique, et qu'il a, aux États-Unis, un gros distributeur.

« Le LaBoul, livré avec un pack de gel refroidissant à placer en son sein, sous le cubi, peut aussi convenir pour des jus de fruits, de l'huile d'olive... bref, pour tout liquide qui se vend sous la forme de cubi », ajoute le diplômé en marketing de l'EPHEC.

Les boules (ndlr : 10 coloris pour chaque modèle), égayent les étalages des magasins de décoration, d'art de la table, mais peuvent aussi être acquises en ligne, « l'e-shop représentant 15 à 20 % de nos ventes », précise Cédric Boulanger.

Ce dernier a également imaginé, dans le même esprit « design et pratique », des tubes pour bouteilles afin de refroidir vins et champagne et des seaux à glace (« IceBoul »).

Et il vient de donner vie à un autre projet, toujours dans l'esprit de parfaire, esthétiquement, des produits appréciés : de jolis packagings pour une gamme de savons liquides et solides.

« 80 % de ma clientèle sont représentés par des personnes qui recherchent un cadeau. Notre concept, original et pratique, les séduit... »

(C. Boulanger, créateur de Laboul®)

BE FUN SPRL

Rue Try Bara, 1 à 1380 Lasne - 0499/895.897
www.laboul.be

Gaufres Lemaitre : un emballage « carte d'identité » du produit

La société « Gaufres Lemaitre » fabrique des pâtons congelés distribués par sachets de 8 pour réaliser les « vraies gaufres de Liège ».

Pour Claude Lemaitre, fondateur de la société, c'est d'abord la forme initiale du produit que doit révéler son emballage, analysé avec l'agence de communication Diction (Mouscron - www.dictioncommunication.be).

À cette fin, une fenêtre placée en bas du paquet, laisse apercevoir les petites boules de pâte blanches.

Pas d'erreur d'interprétation possible, donc, pour le consommateur, qui comprend directement que l'usage du gaufrier s'impose, une fois l'aliment décongelé...

« En indiquant, du reste, « 8 pâtons » sur l'emballage et en y plaçant la photo du gaufrier, le message était d'autant plus clair, insiste Claude Lemaitre qui ajoute avoir retenu, parmi la dizaine de propositions de l'agence de communication, l'une des plus sobres, « qui rendait l'aspect artisanal d'autant plus perceptible ».

Une caractéristique d'ailleurs bien lisiblement inscrite sur le paquet, sous le nom de la marque. « Vous ne trouverez pas d'additifs, de conservateurs dans les pâtons, à base de beurre, de lait, d'œufs – et pas de poudre d'œuf! - de beurre de laiterie, - et pas de margarine -, de sucre de Tirlemont. Des ingrédients « nobles » ! », s'exclame le fondateur de « Gaufres Lemaitre ».

Il a donc écarté aussi toute mention de « promotion » sur les sachets, entraînant le risque de faire assimiler ses pâtons façonnés à la main à de « vulgaires » produits industriels sans valeur ajoutée. La qualité du produit est également attestée par son origine « 100 % belge » frappée sur fond brun, soulignée par les couleurs du drapeau du pays, à côté de l'esquisse de la gaufre.

« Aujourd'hui, nous sommes occupés à travailler sur un autre produit et nous passerons à nouveau par la même agence dont le rapport qualité prix est excellent ; c'est d'ailleurs à eux que je me suis toujours adressé, pour tous nos supports de publicité ; du reste, leur collaboration nous garantira une cohérence de communication », estime notre interlocuteur.



GAUFRES LEMAITRE

Rue du Banneau, 7 C à 7730 Estaimpuis
0478/71.75.87 - www.gaufres-lemaitre.be

Jean-François Grauff : « Donner envie ou rendre les choses agréables à regarder est toujours possible, même lorsque les impératifs sont nombreux »

Professeur à l'ESA Saint-Luc dans les sections Publicité et Communication visuelle et graphique, Jean-François Grauff a travaillé pendant près de 15 ans dans la conception de packaging. Aujourd'hui, il dispense, notamment, un cours aux différentes sections de l'école qui permet aux étudiants de découvrir les bases du monde du packaging.



Jean-François Grauff, professeur à l'ESA Saint-Luc dans les sections Publicité et Communication visuelle et graphique.

► Pour vous, quels sont les critères auxquels doit répondre un packaging efficace ?

Jean-François Grauff : « Ça dépend évidemment de beaucoup de paramètres, comme le produit, les objectifs de communication, la cible et le budget. Cependant, il faut toujours toucher sa cible de façon adaptée, bien communiquer et se différencier par sa créativité. La facilité d'utilisation est également un aspect auquel il faut être attentif. Mais avant tout il faut répondre aux attentes de son client, ainsi qu'à celles de sa cible. Le briefing est donc une étape capitale ».

► N'est-ce pas compliqué de concilier l'aspect purement créatif et publicitaire aux différentes contraintes techniques ?

J-F G. : « Effectivement, les $\frac{3}{4}$ du temps le designer est dépendant de nombreux impératifs. Les dimensions, les formes, la taille de la typographie, les mentions légales, ... Mais il est toujours possible de placer les choses pour qu'elles soient agréables à regarder, de hiérarchiser l'information, d'amener une touche de créativité ou même de proposer de la différence. Même si, au final, c'est souvent le client qui dispose... (sourire) ».

Vous qui avez travaillé dans la création de packaging, à quoi pensez-vous qu'un responsable d'entreprise doit être particulièrement attentif lorsqu'il crée ou change un packaging ?

J-F G. : « Si j'avais un conseil à donner, c'est de savoir prendre du recul, pour pouvoir se remettre en question et analyser objectivement la situation, afin d'avancer dans la meilleure des directions. Essayer également de ne pas « simplement » reproduire ce qui se fait déjà, mais d'innover. Tenter d'avoir une vision la plus large possible, voir différente si nécessaire. Et surtout, se donner le temps de bien réfléchir afin d'optimiser l'efficacité de son packaging ».

ESA SAINT-LUC LIÈGE

Boulevard de la Constitution, 41 à 4020 Liège
Tél. 04/341.80.00 - www.saint-luc.be

Les adaptations du packaging pour l'export

Experte dans le domaine de l'identité visuelle et de l'emballage, Joëlle Palmaerts (Ad Altera Chaumont-Gistoux - 0498/07.74.15 - www.adaltera.be) a obtenu la labellisation chèque entreprise Wallonie afin d'accompagner étroitement les entreprises en croissance, plus spécifiquement celles qui sont actives à l'exportation.

La designer graphique met ses conseils et sa créativité au service de sociétés de tous secteurs et tailles, même si elle aligne davantage de références dans le domaine agro-alimentaire.

Son expérience de plus de 20 ans l'a confortée dans la certitude que le packaging, - et d'autant plus pour l'international -, doit découler d'une

analyse préalable extrêmement pointilleuse d'un ensemble d'éléments constitutifs de l'entreprise, à commencer par la perception de son identité profonde.

LES AXES À ANALYSER EN AMONT

► Le packaging, selon vous, est un peu la suite logique de « tout le reste ». Ceci serait-il encore plus vrai à l'exportation ?

Joëlle Palmaerts : « L'acte d'achat, c'est une affaire de... 2 secondes et le packaging est l'un des maillons et non le moindre entrant dans le succès du projet d'exportation. Mais, avant d'envisager cet aspect, 2 autres axes incontournables doivent être étudiés en amont : la marque et son identité ainsi que la culture/sociologie des pays que vous ciblez. Vous devez en effet bien appréhender sous toutes ses facettes le pays que vous convoitez pour y développer votre business. En tous les cas, il est intéressant de contacter les attachés économiques et commerciaux de l'AWEX qui sont sur le terrain et qui le connaissent ; ils seront d'une grande aide pour faire votre analyse de marché... »

Quelles sont les façons de vivre, de consommer de votre cible ? Ce sont plutôt les hommes ou les femmes qui seraient amenés à acheter votre



© Aurore Delsort



RADERMECKER SA UNE CAISSERIE - PALETTÉRIE aux valeurs humaines bien ancrées

Située dans le zoning industriel de Battice, la caisserie - paletterie Radermecker SA est une entreprise familiale spécialisée dans la construction de palettes sur mesure et de caisses en bois et en carton. Créée en 1973, la société n'a jamais cessé d'évoluer et de croître tout en gardant ses valeurs bien ancrées depuis sa création : le respect, le service et la qualité.

Le respect : l'ADN de l'entreprise Radermecker

« Lorsque mon père a créé l'entreprise, il était seul. Au fil des ans, il a fait grandir l'entreprise avec lui en revendiquant le respect comme valeur première. Lorsque nous avons repris l'entreprise avec ma sœur Christine, il était essentiel pour nous de continuer à véhiculer les valeurs chères à notre père et à notre famille. Le respect, c'est d'abord le respect des hommes. Ici, nous ne parlons ni d'ouvrier ni d'employé, mais de bien de collaborateurs. Nous sommes une équipe et tous les samedis matin, nous servons le petit-déjeuner à nos collaborateurs, car cela se passait comme cela déjà en 1973 et c'est pour nous une manière d'ancrer notre culture d'entreprise. Cette force que nous avons développée en interne nous a permis de grandir et de faire face aux aléas comme à l'incendie qui a ravagé l'un de nos bâtiments dans les années 2000. Au-delà des valeurs humaines que nous revendiquons, la qualité est au cœur de nos préoccupations et nous fabriquons nos palettes et nos caisses dans le respect de nos collaborateurs et de nos clients. », souligne Stéphane Radermecker, administrateur délégué de la société.

Si en 2010, Christine et Stéphane Radermecker ont succédé à leur père, qui est malheureusement décédé, ils l'ont fait dans le respect des valeurs familiales qui leur sont chères et avec la volonté de répondre aux besoins spécifiques de leur marché.

Leur force : des palettes et des caisses sur mesure

Le mot d'ordre de l'entreprise Radermecker : le service sur mesure. Qu'il s'agisse d'un



format de caisse ou de palettes spécifiques, en grande quantité ou en série limitée, l'entreprise s'adapte à la demande et aux besoins spécifiques de ses clients. L'entreprise a la capacité tant de produire des produits uniques que des milliers d'exemplaires de palettes spécifiques. Actuellement, leurs lignes de production leur permettent de produire jusqu'à 12 000 palettes en bois par jour et d'assurer une flexibilité et une réactivité à tout instant. Proche de leurs collaborateurs tout comme de leurs clients et leur fournisseurs, cette entreprise, à l'ancrage local et au talent qui n'est plus à démontrer, travaille essentiellement pour des entreprises et des industries de leur région dans un rayon d'approximativement 80 km avec aussi quelques clients très importants dans le reste de la Belgique.

Un service global au travers de plusieurs sites de production, d'équipes polyvalentes et de différentes structures

Dans les années 2000, l'entreprise a subi un terrible incendie qui a détruit l'un des halls de production de 9 000 m². Malgré la reconstruction du bâtiment, l'entreprise n'a jamais fermé et a pu se reposer sur ses autres sites de production, mais également sur la polyvalence de leur équipe. Gérée en bon père de famille, l'entreprise travaille tout au long de l'année sans interruption.



Afin de répondre aux besoins de ses clients, le groupe Radermecker a continué à se diversifier en créant deux autres sociétés : TSR qui assure le transport des caisses et des palettes et RAD-PACK Services qui est spécialisé dans l'emballage industriel (allant des emballages de quelques kilos aux emballages spécifiques pouvant aller jusqu'à 60 tonnes). Elle dispose d'une surface de stockage de 6 000 m² équipée de quatre ponts roulants.

Enfin, l'entreprise Radermecker collabore avec l'entreprise de travail adapté Les Gaillettes, qui se situe juste à côté de leur bâtiment.

Radermecker sa

Rue des Gaillettes 1 à 4651 BATTICE | Tél.: 087/692910 | www.radermecker.be

produit ? Quand et de quelle manière ? Voilà des exemples de questions à se poser parmi d'autres...

N'oubliez pas que les coutumes, les façons de réagir diffèrent énormément d'un pays à l'autre et sont importantes à cerner. Ainsi, au Japon, vos interlocuteurs seront très exigeants sur une multitude de détails qu'ils prendront le temps de décortiquer. Mais, une fois convaincus, là, il faudra vous tenir prêt à réagir extrêmement vite, sur le packaging comme sur tout le reste.

En ce qui concerne l'axe de la marque et son identité, le premier réflexe serait de se renseigner sur la façon dont la marque est lue et entendue. Les lettres anglaises, « italiennes », sont malaisées à lire pour les Asiatiques. Allez-vous quand même utiliser les italiennes sur votre emballage ? Peut-être, si vous souhaitez apporter une connotation « anglo-saxonne » au produit et en ce cas, cet aspect-là primera sur les autres.

Et votre nom de marque, en tant que tel ? S'il évoque par exemple un acteur de téléfilm local traînant des relents nauséabonds, il ne va pas faire mouche (rires)... et vous partirez donc, déjà, avec un handicap.

Alors, oui, c'est vrai, des handicaps marque/produits/emballages sont parfois contournables... mais à gros frais de marketing, peu accessibles à la plupart des sociétés.»

LE MODÈLE ET L'HABILLAGE

► Vous parlez de l'importance du modèle d'emballage...

J.P. : « Je travaille beaucoup sous forme de maquettes avec mes clients, pour qu'ils se représentent bien l'emballage et que nous puissions le faire évoluer s'il y a lieu jusqu'à sa version finale. Le modèle est une phase à laquelle n'est pas toujours apportée l'attention nécessaire.

N'oublions pas que le challenge réside dans le fait de véhiculer l'identité de sa marque et de se différencier, ... en s'attachant aussi à tous les stades du cycle de vie de l'emballage.

Le modèle de l'emballage prendra effectivement en compte les aspects de manutention, transport, stockage, ...

Gagner en espace et en poids d'emballages est d'autant plus stratégique lorsqu'on exporte et qu'on veut réduire les coûts et l'empreinte carbone.

Le modèle de l'emballage reposera aussi sur des préoccupations sanitaires et des réglementations locales à respecter, entre autres !

Quant au graphisme, à « l'habillage », de nouveau, ils vont découler de l'analyse socio-culturelle préliminaire. Les choix de la typographie, des couleurs, des illustrations sont déterminants.

Milka est certes parvenue à faire passer son « mauve », une couleur fréquemment associée au poison chez nous. Mais à grands renforts de campagnes publicitaires (rires).

Autre exemple : les Asiatiques ont tendance à préférer les saveurs salées, donc, si vous voulez vendre vos crêpes et gaufres, sans doute est-ce préférable de les faire figurer sur le paquet accompagnées d'un mets salé et non pas largement saupoudrées de sucre impalpable » !

► De façon réaliste, il paraît difficile de faire passer quantité de messages via son packaging, voire de l'adapter complètement en fonction des pays cibles ?

J.P. : « Il n'est pas question que votre emballage devienne un journal illisible et indigeste (rires). Allez donc à l'essentiel, à l'export, en particulier ! Quant à la question des adaptations de packaging à l'export, elle est vraiment très très large, recouvrant ce dont on a déjà pu parler précédemment ainsi que les conseils d'utilisation, les codes-barres, les labels, etc. L'idéal serait d'avoir un emballage tout à fait spécifique par pays, mais encore faut-il inscrire la démarche dans des limites budgétaires acceptables ! Alors, parfois, quelques petits principes simples et efficaces font mouche : par exemple, un concept peu onéreux avec plusieurs jeux de « sleeves ». Ces manchons, sous forme de bandes entourant une boîte, une bouteille, peuvent être facilement personnalisés en fonction du pays de destination. »

► Un dernier conseil encore ?

J.P. : « Pensez déjà au futur lorsque vous travaillez sur le premier produit et son emballage. Un jour, vous serez peut-être amenés à développer une gamme, donc, identifiez au plus tôt un fil conducteur, la façon dont vous la déclinez à travers le packaging aussi ».

« Un « sleeve » autour de votre produit permet de personnaliser votre emballage pour l'export, facilement et à moindre coût... »

Emballage « de luxe » : une notion aux codes polymorphes

Les 2 plus gros marchés de Century Box (Rue de Thyle, 29 à 1495 Sart-Dames-Avelines Tél. 071/87.49.13 - www.centuryboxgroup.com www.centuryprint.eu - www.centuryshop.eu) sont la France et la Chine, suivis du Japon et des Pays-Bas, mais quelque 60 autres pays s'offrent aussi les produits de la société spécialisée dans la boîte de luxe en carton. Les plus grands groupes de luxe à travers leurs marques sont donc les clients de l'entreprise villersoise, mais d'autres, qui n'ont pas pignon sur rue, ont également accès à ses emballages.



Igor Fromont (à gauche), fondateur de la société et Brice Rebillard © M. Cox - CenturyBox

Une opportunité qu'Igor Fromont, fondateur de la société, explique : « Notre supply chain est l'une de nos forces. Nous avons un énorme stock de boîtes que nous pouvons personnaliser à la demande, avec toutes les technologies en nos ateliers et ce, même pour des petites commandes, dans des délais très courts ! Il ajoute : « Ensemble (ndlr, le groupe compte aussi 3 usines en Italie et s'appuie sur des partenaires en Chine notamment), nous avons une capacité de production unique couvrant une large typologie de produits, mais aussi de possibilités d'impression... »

L'emballage n'est pas un élément distinct du produit, mais il est intrinsèquement lié à ce dernier !

Mais quelles sont les fonctions et codes de l'emballage de luxe ? Quelques précisions, par l'intermédiaire d'une société qui, en plus de 30 ans d'existence, a vu évoluer ces derniers...

alizé

POS MAKER



« Outre la qualité des produits et l'innovation constante, Alizé partage les mêmes valeurs de développement durable que le groupe Spadel, ce qui en fait un partenaire privilégié depuis de nombreuses années. »

Virginie Vanderveck
Trade Marketing Manager BeNeLux



www.alizemaker.be
BELGIUM 114, rue AlTrappe B-4432 Alleur • T:+32.4.239.20.16 • contact@alizemaker.be



Nous donnons vie à vos projets !

-  Packaging
-  Display de sol
-  Counter display
-  Totem
-  Porte folder
-  Standard
-  Re-board
-  Sur mesure

Nos produits
sont certifiés



etilux UNE ÉTIQUETTE POUR CHAQUE MÉTIER

En rouleaux, en planches, en paravent, matricielles ou à la pièce, quel que soit votre domaine d'activité, avec plus de 800 formats d'étiquettes en stock, Etilux vous guide dans votre choix et vous conseille selon votre utilisation professionnelle.

Pour vos étiquettes, faites appel à Etilux !

 04/224 99 99

 info@etilux.be



ETI20090



Rue de l'Espérance 42 - 4000 Liège
T +32 (0)4/224 99 99 - F +32 (0)4/226 11 06 - info@etilux.be

etilux
SMART CONNECTIONS

LABELLING & MARKING • TRACEABILITY SOLUTIONS • ADHESIVES & PACKING • AUDIOVISUAL SOLUTIONS



QUAND L'ÉCRIN FAIT LE BIJOU...

Qui dit emballage de luxe ne signifie pas nécessairement un contenu prestigieux. Parfois, le contenant est plus magique que ce qu'il renferme et traduit, mieux qu'avec des mots, une jolie attention envers le destinataire. Une manière de prouver à ce dernier, avec délicatesse, toute l'importance qu'il revêt aux yeux du destinataire...

Pour des occasions particulières, des références, parfois même insignifiantes, seront alors anoblies par ce « vêtement d'apparat » ; ainsi, lors d'un événement pour le lancement d'un produit, une campagne de presse, un détergent ou tout objet banal niché dans cet écrin, y sera avantagé !

LE LUXE, PAS TOUJOURS LÀ OÙ ON L'ATTENDRAIT...

En poursuivant la réflexion, on se pose la question de la nature des éléments conférant sa valeur à l'emballage.

« *Le luxe d'un produit, s'accordent à penser Igor Fromont et Brice Rebillard, partenaires dans la société Centurybox, peut certes passer par le matériau utilisé, mais pas nécessairement ou pas uniquement.* »

Un constat, tout d'abord : aujourd'hui, le succès des ventes en ligne ne faiblit pas, la Covid-19 ayant du reste encore attisé l'engouement ; donc, la séduction des solutions d'emballage doit encore résider davantage dans l'attention à des détails. Ces derniers finissent en effet avec élégance une « vulgaire » boîte en carton d'expédition postale, comme une impression des caractères et motifs à chaud, en lettres dorées ou argentées... L'« unboxing experience » par cette voie, doit être aussi percutante que celle que vit l'acheteur dans une boutique physique.

Depuis quelque temps, les technologies rendant l'emballage « intelligent », viennent aussi l'enrichir. Des puces NFC glissées dans le carton, servent à géolocaliser une marchandise, proposent de l'information à son sujet, etc. Des modules audio, vidéo, intégrés aux couvercles de paquets le dotent d'une touche de modernité et de pouvoir d'attraction supplémentaire, etc.

Mais si des univers gravitant à des années-lumière les uns des autres se penchent avec autant d'attention sur leur packaging, leurs motivations et leur façon d'envisager le luxe sont parfois très diverses.

Il peut s'agir d'un hôtel prestigieux de Monaco qui a commandé à Centurybox de très grandes et splendides boîtes « calendriers de l'Avent » à tiroirs pour fidéliser ses clients. L'étoile de la principauté n'a pas lésiné sur les coûts, « *mais, sourit le fondateur de la société, nous avons aussi des solutions économiques qui irradient le luxe.* »

Et après tout, **le « top du top » ne passerait-il pas, d'abord et avant tout, par un packaging bien étudié reflet des objectifs et de l'esprit des sociétés clientes, en parfaite adéquation avec leurs attentes ?**

ECO-CONCEPTION, LOGISTIQUE ET PERSONNALISATION...

Élément de différenciation, l'emballage à lui seul doit, en effet, véhiculer le message de l'entreprise. Celui-ci peut ainsi laisser transparaître son engagement en matière de responsabilité sociétale par exemple.

D'ailleurs, les préoccupations de nature écologique apparaissent de plus en plus dans le chef des clients.

« *Non pas du « greenwashing », comme c'était parfois le cas, il y a une dizaine d'années, nuance Igor Fromont. Mais une sincère volonté de préserver l'environnement.* » Un objectif que les sociétés vont chercher à concrétiser à travers la recherche du meilleur compromis entre aspirations vertes et coût...

Aujourd'hui, le plastique a d'ailleurs presque totalement disparu de l'assortiment de Centurybox et le papier, le carton, des matériaux recyclables, voire déjà recyclés sont plébiscités. On peut aller très loin dans cette ambition, avec de véritables défis pour les fabricants d'emballages amenés à intégrer les dernières évolutions technologiques.

Une marque de cosmétique proposant une crème obtenue par une démarche éthiquement et écologiquement responsable souhaitait que le contenant, lui aussi, reflète cette intention. Ainsi, l'emballage et ses poignées ont-ils été conçus par Centurybox en papier/carton 100 % recyclé, avec une structure légère, sous la forme d'un système autoportant ne nécessitant pas de sac supplémentaire, avec des encres 100 % végétales, etc.

« *Ce sont toujours de réels défis pour nous. Avant la Covid-19, nous étions occupés à analyser un projet « never ending packaging », une méthodologie permettant d'évaluer le caractère éco-responsable d'un emballage avec un relevé du ratio coûts/bénéfices. Et, bien entendu, s'ensuivrait une analyse des paramètres qui permettraient d'améliorer les caractéristiques écologiques.* »

L'une des pistes est par exemple la production ou l'assemblage d'emballages de manière de plus en plus locale, démarche que nous constatons même chez de grands groupes, comme LVMH ! », se félicitent nos interlocuteurs. L'éco-conception des produits exige, de la part des sociétés du secteur, une veille technologique constante.

Et l'approche se fait de façon toujours plus cohérente et globale, intégrant bien entendu la logistique et les aspects économiques. Quel emballage léger, compact et solide pour résister aux aléas du transport, diminuer les frais, l'empreinte carbone, faciliter la manutention, le stockage ?

C'est ainsi que l'on voit fleurir, par exemple, d'ingénieuses créations qui arrivent à plat dans des caisses et se déploient ensuite en un tour de main en boîtes résistantes aux formes variées...

Le « luxe » est aussi, parfois, dans [une complexité] d'exécution de l'emballage comme précaution supplémentaire pour protéger une marque.

En combinant au sein de celui-ci diverses caractéristiques très spécifiques - carte à puce, QR code, grain, coloris particulier rare sur le marché... -, une copie à l'échelle industrielle en devient très malaisée. Enfin, la personnalisation de son emballage, de chez soi... avec livraison dans des délais courts, même en petites quantités, est aussi une cerise sur le gâteau dans l'univers de la boîte de luxe. Avec Centuryprint (www.centuryprint.eu), Century Box et Cartotecnica moderna ont exploité tout le potentiel de cette alternative : « *Nous avons créé un logiciel facile et rapide d'utilisation afin de personnaliser votre packaging avec notre application Web. Cela ne demande aucune connaissance quelconque en graphisme et permet à chacun de prendre le contrôle !* »

Bref, qui dit luxe, ne dit pas nécessairement emballage agrémenté de motifs en feuilles d'or 24 carats !

Et, dans la plupart des cas, la symbiose entre l'emballage et le produit qu'il renferme est un indicateur fort du message que l'entreprise porte. Attention, le produit ne se conçoit pas indépendamment d'un emballage qui soit lui-même aussi le reflet des attentes de la clientèle.

Parfois, la simple vision d'un packaging trop luxueux pourrait d'ailleurs freiner une cible de prédilection au portefeuille modeste dans ses intentions d'achat d'un produit parfaitement accessible.



RAJA, BIEN PLUS QU'UN LEADER DANS LE SECTEUR DE L'EMBALLAGE!

Connu sous le nom de Rajapack pendant de nombreuses années, le leader européen du secteur de l'emballage s'est offert un rebranding afin de mieux correspondre à la réalité de ses activités et est devenu RAJA. Si l'ancien nom mettait l'accent essentiellement sur l'emballage, RAJA offre bien plus à ses clients avec ses milliers d'articles dans le domaine de la manutention et du stockage, des fournitures et du mobilier de bureau, des produits d'hygiène et d'entretien.

RAJA Benelux, une véritable plateforme logistique pour le groupe

Présent dans 18 pays à travers ses 25 filiales, Tongres occupe une place stratégique au sein du groupe RAJA avec ses 50 000 m² de stockage de produits. Outre le fait qu'il s'agisse du siège des activités du Benelux, la filiale belge est également un centre logistique du groupe pour différents pays tels que les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Autriche ou encore la Suisse. Actuellement, RAJA Benelux occupe plus de 200 personnes et est toujours à la recherche de nouveaux talents motivés pour venir compléter leur équipe.

Un service de qualité qui fait leur renommée

Dans le monde économique mouvant que nous connaissons avec notamment l'essor de l'e-commerce, RAJA fait incontestablement partie des partenaires de choix des entreprises qui se développent. Conscient de l'instantanéité et fort de ses 9 000 références produites en stock, RAJA a toujours mis un point d'honneur à servir ses clients dans les plus brefs délais et s'engage à livrer dès le lendemain toute commande passée la veille avant 16 h. Sa force repose également sur une communication multicanal avec un catalogue produit édité plusieurs fois par an, un site d'e-commerce, un blog fournissant des conseils et des équipes à l'écoute des clients.

« RAJA a toujours voulu garder sa dimension humaine et rester proche de ses clients. Si



nos clients nous font confiance depuis de nombreuses années, c'est tant pour le large choix de nos produits avec nos milliers de références, que pour notre expertise du secteur ou encore la rapidité de nos livraisons. Au-delà de ces différents aspects, nous mettons un point d'honneur à apporter les meilleures solutions à nos clients afin de leur faire gagner du temps, de l'argent, d'emballer de manière plus économique ou encore écologique, de transporter les colis plus facilement... Notre métier ne se limite pas à la vente de produits loin de là. Nous accompagnons nos clients dans le développement de leur activité. Les succès de nos clients font aussi notre succès et nous sommes bien conscients de l'évolution du marché auquel nous avons fait face.», souligne Gidi Pluym, CEO RAJA Benelux.

Une entreprise engagée auprès de ses clients et dans le respect de l'environnement

Préoccupé par les enjeux environnementaux et soucieux des besoins de ses clients, RAJA travaille essentiellement avec des partenaires européens et s'engage à un contrôle strict des produits. Si les emballages sont essentiels au transport de marchandises, au conditionnement de produits... pour réduire l'impact environnemental, il est essentiel de réfléchir différemment et d'opter pour des emballages plus écoresponsables. Fort de sa longue expertise du secteur, RAJA propose des alternatives plus écologiques aux emballages classiques, allant du carton aux plastiques 100 % recyclables. Sa philosophie repose sur des valeurs bien ancrées : réduire en évitant le suremballage, réutiliser dès que possible, remplacer par des alternatives plus écoresponsables, renouveler en donnant la priorité aux matières recyclées et recycler afin d'améliorer les pratiques de tri des déchets.

Si l'on peut croire que l'emballage reste un métier très conservateur où « un carton reste un carton », RAJA fait partie des entreprises qui dispose d'une jolie success-story. Au fil des années, le groupe ne cesse d'évoluer et d'innover afin d'apporter les meilleures solutions à ses clients dans un monde en pleine mutation.

RAJA BENELUX NV

Vrijheidweg 8, 3700 Tongres | Tél.: 012/260 280 | rajapack.be

Positive Impact : penser son packaging durablement

Valérie Geron a créé Positive Impact en 2019. Son ambition est de générer la réflexion au sein des entreprises et d'identifier avec elles quels sont les axes prioritaires en matière de développement durable. Sa mission est de faciliter les collaborations et d'impliquer le personnel dans cette nouvelle vision éco-responsable de l'entreprise pour aller bien au-delà du green-washing.

► **En matière de packaging, comment les responsables d'entreprises peuvent-ils poser un geste plus ou moins fort et concret et s'inscrire dans une démarche de développement durable?**

Valérie Geron : « Éliminer le packaging ! (rires) Le meilleur déchet est celui qui n'existe pas. Le premier geste est de réduire au maximum la taille et le poids de la matière. Il est évident que ce conseil est un peu radical ! Si ce packaging existe, c'est qu'il a une raison d'être. Le remettre en question est la première étape. Réfléchir à son éco-conception est la seconde. Dans ce cas, on réfléchit au format, au design, à la matière première utilisée et à son mode de production. Heureusement aujourd'hui, la plupart des entreprises de packaging proposent un service de bureau d'étude qui aide les entreprises à trouver des solutions écologiques ».

► **Vous vous documentez énormément sur des expériences durables et inspirantes qui fonctionnent. Comment peut-on optimiser son packaging?**

V.G. : « Je pense qu'une des pistes à explorer est la fin de vie du packaging. Une fois, qu'il a « terminé sa mission » que devient-il ? Est-ce que

ce matériau a systématiquement une seconde vie ? Est-ce que le traitement de ce packaging peut être réfléchi pour avoir le moins d'impact possible ? Mieux, ce packaging ne peut-il pas être conçu dans le but d'être conservé ? ».

Les pistes sont nombreuses et Valérie Geron est prête à mettre son expérience et sa passion pour le marketing, le digital, le management et le développement durable au service des entreprises qui désirent repenser leur impact environnemental.



Valérie Geron oriente les entreprises dans leur réflexion vers un packaging plus responsable.

POSITIVE IMPACT

Tél. 0478/28.03.19 - valerie.geron@positive-impact.be
www.positive-impact.be

Nonna a mis ses salades au carré et développé un écopack recyclable

Nonna est une entreprise namuroise spécialisée dans le prêt à manger. Depuis sa reprise en 2008 par Philippe Bodard, la petite société qui approvisionnait quelques commerces locaux a innové et fait aujourd'hui vivre 60 familles.



plastique thermo-aspirée sur le carton permet l'étanchéité et la conservation et se décolle facilement après usage. Elle peut être recyclée avec l'opercule dans les plastiques souples tandis que le carton peut également être recyclé » explique Sabrina Troupin, responsable communication.

GAGNANT SUR TOUS LES PLANS

NONNA AIME SE DÉMARQUER

En 2011 déjà, Nonna avait innové en matière de packaging et adopté un look trendy se différenciant de ses concurrents avec un emballage noir à caractères blancs avec un cachet rouge. Ils avaient aussi été les premiers à proposer les sandwiches en triangle sous atmosphère protectrice dans un emballage carton avec un fin plastique intérieur. Des changements qui avaient eu des effets très positifs sur les ventes.

Aujourd'hui, grâce à la technologie de la haute pression, Nonna a encore innové et propose des ravieres de salades carrées principalement constituées de carton. « Nous avons étudié énormément de pistes pour diminuer la quantité de plastique nécessaire au conditionnement de nos repas. Cet écopack permet d'utiliser 70 % de plastique en moins. La fine couche de

Grâce à ce changement, Nonna a diminué ses coûts logistiques. La forme carrée se range beaucoup mieux, que ce soit lors du transport ou en rayon et le nouveau ravier est plus léger que le bol plastique qui le précédait. « Nous avons également retravaillé les recettes pour que nos produits contiennent moins d'additifs et présentent un meilleur nutriscore ». Qu'il s'agisse d'écoresponsabilité ou de nutrition Nonna préfère anticiper et ne pas attendre que les choses soient obligatoires. « Nous aimons être la petite crevette qui va plus vite que la grosse baleine ! »

NONNA

Rue des Résistants, 22 à 5030 Gembloux
Tél. 081/600.803 – info@nonna.be – www.nonna.be



MENTORAT ENTREPRENEURIAL

VOTRE BUSINESS PUISSANCE **W**

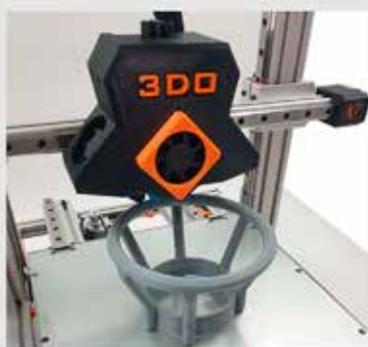
ENVIE DE BÉNÉFICIER DE L'EXPÉRIENCE D'UN ENTREPRENEUR CHEVRONNÉ
POUR **CHALLENGER VOTRE DÉVELOPPEMENT** ?

LE **MENTORAT ENTREPRENEURIAL** EST UNE RÉPONSE SUR MESURE !

Le mentorat entrepreneurial met en relation deux entrepreneurs à des niveaux de développement différents.

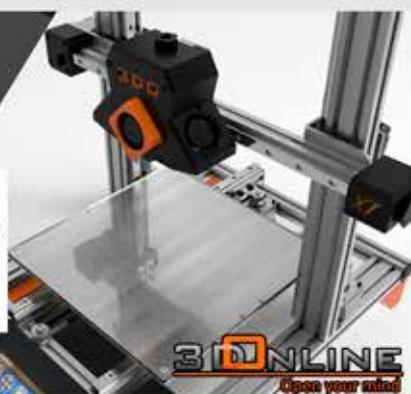
Au sein de ce binôme, vous échangez et partagez, avec bienveillance et confiance mutuelle, vos expériences afin de favoriser le développement et la croissance de vos activités.

www.mentoratentrepreneurial.sowalfin.be



MA GMA
Professional 3D Printer

Conçue et fabriquée en Belgique par la société 3Donline.be, la Magma est une gamme d'imprimantes 3D de qualité, plug and print, faciles à utiliser et abordables. L'industrie 4.0 est à votre porte !



Découvrez nos imprimantes 3D sur www.3dmagma.be

3D ONLINE
Open your mind

Bandi, quand le packaging fait évoluer le produit

Créée en 2016 par 2 cousins passionnés de design, Bandi propose un mobilier de qualité 100 % made in Belgium, principalement conçu pour l'extérieur.

Depuis la création des premiers modèles de bancs et de tables, le succès est au rendez-vous, de quelques pièces fabriquées pour des amis, Thomas Crucifix et Olivier Collette ont déjà honoré 100 commandes cette année.

TOUJOURS PLUS LOIN, TOUJOURS MIEUX PROTÉGÉ

« Après un reportage sur France 5, diffusé au début du confinement, les commandes ne se limitaient plus à la province de Liège, mais dépassaient les frontières. Plus question donc de faire livrer le mobilier par une société de déménagement locale qui protégeait elle-même les meubles monobloc commandés en ligne », explique Thomas Crucifix.

Les cousins font alors appel à Wallonie Design et choisissent l'agence de design IOL pour concevoir un emballage de transport modulable pour protéger leur mobilier. Mais rapidement la réflexion va plus loin et l'idée de concevoir une version démontable de leurs tables et bancs va s'imposer pour pouvoir être plus efficacement emballée et protégée et pour diminuer les coûts de transport.

UNE VERSION DÉMONTABLE POUR PLUS DE FLEXIBILITÉ

« Nous avons fait des prototypes et nous touchons au but. Nous espérons être tout à fait prêts pour le printemps prochain. Côté packaging, nous avons la chance d'avoir été conseillés par IOL. La Cartonnerie de Wallonie accepte de produire en petites séries et nous permet d'adapter les modèles quand c'est nécessaire. Comme avec nos autres fournisseurs,



nous travaillons avec eux dans un esprit de partenariat pour obtenir le meilleur résultat ».

Grâce à cette évolution de leurs produits, Bandi espère ainsi être plus réactif. La petite structure liégeoise va pouvoir par exemple produire et stocker plus pendant l'hiver et diminuer ses délais de livraison une fois la saison venue.

BANDI (WADD SRL)

Rue de la Chaudronnerie, 2 à 4340 Awans

Tél. 04/290.29.30 – info@bandi.design – www.bandi.design

La Brasserie Caracole, une image rajeunie mais authentique

La brasserie Caracole brasse encore à l'ancienne, dans des anciennes cuves en cuivre, chauffées au feu de bois. Point d'intérêt touristique, elle organise, les week-ends ou sur demande, visites guidées et dégustations dans sa taverne.

En 1992, alors qu'il brasse dans sa micro-brasserie de Namur depuis 2 ans, François Tonglet rachète cette brasserie de la région dinantaise créée en 1765 et la baptise Caracole. Lorsque son fils, Gilles, le rejoint après des études de publicité, les « petites bières locales » sont de plus en plus présentes dans les magasins et il semble nécessaire de rajeunir l'image de l'étiquette et se démarquer de la concurrence.

LA RÉFÉRENCE À L'ESCARGOT ET AU FEU DE BOIS

« Mon père m'a fait confiance et nous avons choisi de travailler avec Kingsize, une jeune agence namuroise. L'idée de travailler avec une société

locale me semblait important. Ils ont bien compris que nous voulions garder la référence à l'escargot, symbole de la région et mettre en avant l'authenticité de la préparation au feu de bois qui était un élément important de différenciation. Et c'est sur base d'un travail de recherche sur la concurrence, qu'ils nous ont proposé un logo complètement relifté et une étiquette hexagonale nettement plus moderne », raconte Gilles Tonglet.

COMMUNIQUER AUTOUR DU CHANGEMENT

Dans la foulée, la brasserie et l'agence ont travaillé sur le choix d'un nouveau verre, sur la conception d'un coffret cadeau, de matériel de foire ainsi que sur la nouvelle version de leur site et sur leur présence sur les réseaux sociaux. « Le volet communication est essentiel pour présenter un nouveau packaging aux habitués et convaincre les nouveaux clients. Nous avons gagné en crédibilité. Certains clients qui rejetaient notre image un peu vieillotte adhèrent maintenant à nos produits. Nous avons énormément de retours positifs ! » se réjouit le fils du propriétaire. La taverne, située sur le site de la brasserie, a également fait peau neuve et a agrandi sa terrasse. Les touristes, très nombreux cette année, ont ainsi pu découvrir la Caracole tout en respectant les règles de distanciation...



La conception d'un coffret fait partie intégrante de la réflexion stratégique de la Brasserie Caracole qui a adopté, l'an dernier, un branding plus proche des attentes des consommateurs.

© Kingsize Studio

BRASSERIE CARACOLE

Côte Marie-Thérèse, 86 à 5500 Falmignoul (Dinant)

Tél. 082/74.40.80 – www.brasseriecaracole.be



L'OBJECTIF DE VALIPAC: 80 % de déchets industriels recyclés



Bois, carton, métal, plastique : voici les quatre matériaux concernés par le recyclage des déchets d'emballages industriels. Le plastique représente à lui seul 100.000 tonnes par an. Il y a donc une réflexion à avoir, et des actions à mener pour motiver les entreprises à repenser leurs emballages, et le recyclage de ceux-ci. C'est ce que fait Valipac depuis plus de 20 ans. Aujourd'hui, cet organisme donne un coup d'accélérateur en lançant une vaste campagne de sensibilisation à destination des entreprises.

Les entreprises qui emballent des marchandises ou qui importent des marchandises emballées doivent démontrer que 80 % de ces emballages sont recyclés. C'est ce que l'on appelle la REP : la Responsabilité Élargie des Producteurs. D'où la création de l'asbl Valipac, il y a 23 ans, et dont la mission est de collecter un maximum d'informations pour apporter des solutions visant à atteindre cet objectif.

L'idée est de motiver ces entreprises, via notamment la création d'incitants financiers : « *Celles qui trient leurs déchets d'emballages industriels et qui travaillent avec des collecteurs repris dans notre structure ont droit à des primes : par exemple 10 € par tonne pour le bois, ou 30 € pour le plastique* », explique Ingrid Bouchez, responsable de la communication. Et s'il y a bien un matériau qui pose problème, c'est ce plastique. « *En Belgique, et en termes d'emballages industriels, il représente 100.000 tonnes* ». Et ce qui pose VRAIMENT problème dans ce volume, c'est un plastique en particulier : le film qui entoure les palettes. À lui tout seul, il représente 80.000 tonnes. Un chiffre impressionnant qui est aussi le résultat de... la politique chinoise. « *Jusqu'il y a peu, les chinois étaient très intéressés par l'achat de ces déchets. Mais aujourd'hui, le plastique recyclé ne les intéresse plus, et ils sont devenus les plus gros producteurs au monde de plastique « vierge »*. Du coup, le prix du marché s'est effondré, et ces films finissent souvent leur vie dans le container de déchets résiduels. »



D'où la nécessité de valoriser le recyclage pour, in fine, créer et développer la capacité de traitement chez nous, en Europe : plus il y aura de demande, plus il y aura de structures. Il n'y a pas 36 solutions pour y arriver : il faut stimuler les entreprises belges au recyclage. « *Le plastique est le matériau le moins bien recyclé : actuellement nous n'en recyclons que 57 %*. Notre but est d'augmenter ce pourcentage, et de permettre ainsi une économie circulaire. »

Patrick Ridremont et Nic Balthazar : coachs de tri en entreprise

Les chiffres et les lettres, c'est bien. Les images c'est mieux ! Pour convaincre les entreprises, Valipac a réalisé un petit film

et a demandé à deux personnalités de se transformer en coachs de tri : Patrick Ridremont pour la partie francophone, et Nic Balthazar pour la partie néerlandophone. Face à 4 employés, ils expliquent comment faire pour prendre soin de l'environnement tout en gagnant de l'argent. Une petite vidéo de 96 secondes très bien faite, drôle, sympa et efficace ! « *Parce que quelle que soit la taille de l'entreprise, chaque petit geste compte. C'est une réflexion à avoir pour faire partie du changement. Et c'est pourquoi nous avons envoyé cette vidéo à 16.000 entreprises qui ne trient pas (encore) leurs déchets, et à qui nous donnons la possibilité de commander, gratuitement, un kit de démarrage. Dans ce kit, on trouve trois sacs de collecte, un folder explicatif, et un guide de tri sous forme d'une affiche* ».

Des avancées technologiques au secours de la planète

Valipac collabore avec des entreprises qui ont bien compris l'enjeu. « *Avec nos partenaires, par exemple TOTAL, nous avons réussi à créer un film d'emballage recyclé qui a les mêmes qualités du film « vierge » : solide et très transparent. Il n'y a vraiment aucune raison de ne pas l'utiliser. La firme Wienerberger, elle, emballe ses palettes de briques avec une housse composée de 50 % de plastique recyclé. Et ils en sont très contents* ». C'est la preuve que les choses sont en marche, que le réflexe tend à s'installer. Mais il faut l'accentuer. Pour notre bien.

jetriedansmonentreprise.be

VALIPAC

Avenue Reine Astrid 59 A bte 11 - 1780 Wemmel | Tél. : +32 24568310 | info@valipac.be | www.valipac.be

Quand le Baume de Warendorf s'habille de vert

WPBGroup est une petite PME qui produit et commercialise des produits 100 % naturels pour chevaux. Son produit phare est le Baume de Warendorf, une pâte polyvalente qui soigne et apaise nombre de plaies, irritations et inflammations chez le cheval.

Constatant un manque de visibilité du baume de Warendorf en rayon, Gaëtan Vanwaeyenberge a observé les produits de ses concurrents. « Le constat était sans appel : tous les pots étaient blancs sauf une marque qui arborait un pot rouge. J'ai donc rapidement décidé de faire un pot vert. Une couleur évoquant bien les composants naturels de notre produit ».

SE DÉMARQUER ET INFORMER LES CLIENTS FIDÈLES

Dans un marché de niche comme l'équitation et pour une petite structure comme celle de Gaëtan Vanwaeyenberge, impossible de déployer des budgets importants pour faire de la publicité à grande échelle. « Nous avons misé sur Facebook et Instagram pour faire savoir à nos clients fidèles que notre pot changeait de couleur. Nous avons également changé la couleur de nos échantillons, un des moyens publicitaires, avec le bouche à oreille qui a toujours très bien marché pour nous ».

Difficile aussi de changer le packaging de tous les produits. « Nous avons pas mal de flacons différents et de fournisseurs et pour demander la fabrication de tous ces contenants en une couleur spécifique nous aurions dû commander et stocker des quantités trop importantes de chaque modèle. Mais nous travaillons actuellement avec un graphiste pour intégrer du vert sur toutes nos étiquettes ainsi que sur notre nouveau logo qui sera également vert ».



Le packaging du Baume de Warendorf a changé de couleur, mais le graphisme est resté le même pour ne pas trop perturber le client fidèle.

« Un packaging qui attire le regard, ça fait vendre ! Si j'avais un conseil à donner à d'autres petites entreprises c'est d'interroger le public et de communiquer autour du changement » conclut Gaëtan Vanwaeyenberge.

WPB GROUP

Rue du Peuple, 10 à 4630 Soumagne - Tél. 0486/87.30.76
info@wpbgroup.eu - www.wpbgroup.eu

All Inpack Service

Du sur-mesure pour emballer et expédier vos équipements industriels dans le monde entier. Si le terme « packaging » nous renvoie instantanément au rôle « communication » de l'emballage, il recouvre aussi, tout simplement, la nature de cet emballage lui-même, qui doit être étudié, notamment, pour résister aux transports !



Fondée et localisée à Houdeng-Aimeries (entité de La Louvière) depuis 1995, la petite et discrète société All Inpack Service n'en est pas moins un acteur réputé dans le monde des équipements industriels et, plus précisément, pour l'emballage et l'expédition de ces types de machines et de tous leurs accessoires.

À l'origine de cette société de services pour le monde industriel, Luc Lion et son épouse Rosette Chinzi. Celle-ci, très courageusement, devait décider de poursuivre seule, avec l'appui de l'équipe en place, les activités de l'entreprise après le décès tragique de son mari suite à la catastrophe de Ghislenghien en 2004.

À LA CARTE ET SUR-MESURE

« Notre force, c'est de pouvoir offrir à nos clients, parfois dans des délais très courts, un service complet de A à Z qui va de l'étude de l'emballage de l'équipement à la livraison finale de celui-ci, en passant par la fabrication de l'emballage, l'expédition avec l'affrètement du moyen de transport

adéquat, la prise en charge des documents administratifs et douaniers ad hoc ainsi que les assurances » explique Rozette Lion, administrateur délégué. Un service de transport « à la carte et toujours sur-mesure » effectué par une équipe fixe de cinq collaborateurs, régulièrement assistée par des renforts en fonction de l'ampleur des commandes. Sur son site de Houdeng-Aimeries, All Inpack Service dispose d'un atelier de fabrication des emballages et d'une zone de stockage des équipements totalisant quelque 1.600 m².

DÉMÉNAGEMENT ET REPOSE

Outre cette activité core business, l'entreprise fait également du stockage-expédition de pièces pour compte de sociétés tiers ainsi que, depuis cette année, du transport express avec ses propres véhicules. Autre corde à l'arc de All Inpack Services : l'importation d'équipements industriels en provenance du monde entier (5 % d'un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 750.000 EUR) avec installation de ces machines sur site. Vu ce savoir-faire particulier, les équipes de All Inpack assurent également, en Belgique et à la demande, le déménagement et la repose, avec mise à niveau, de lignes industrielles complètes.

LE BOIS N°1

Chez All Inpack Service, plus de 80 % des emballages sont réalisés en bois, généralement du sapin rouge du nord qui est nécessairement traité avant mise en œuvre. Des bois certifiés qui passent préalablement

par un heat treatment. Les autres matériaux d'emballage utilisés sont le carton et, en fonction des cas, de fines bâches thermo-rétractables pour protéger la marchandise de l'humidité.

Des housses en aluminium sous vide permettent également d'éviter tout risque de corrosion. Pour caler la marchandise dans les conteneurs, du papier recyclé, plutôt que des chips en polystyrène, est également utilisé. « Ces bois d'emballage sont recyclés pour, par exemple en Afrique, consolider de petits logements, notre volonté à Houdeng-Aimeries étant aussi de réutiliser certains emballages en bois quand il s'agit de transporter des pièces d'usure identiques » précise Antonio Cusumano, directeur technique.

Les palettes usagées sont offertes à des associations locales qui les transforment en petit bois pour barbecues.

D'ABORD LA QUALITÉ

Le choix de l'emballage est dicté aussi par l'option de transport, la voie aérienne, beaucoup plus rapide mais aussi plus coûteuse, exigeant des matériaux les plus légers possibles.

« La qualité des emballages évolue, certes, mais le prix suit en conséquence et donc doit être validé par le client » souligne Rosette Chinzi. « Notre souci premier est, et reste, la qualité de l'emballage en fonction du poids mais aussi de la fragilité de la pièce à transporter, sans oublier son centre de gravité » conclut la patronne de All Inpack Service.

H.L.

ALL INPACK SERVICE

Rue du Marais, 160 à 7110 Houdeng-Aimeries
Tél. 064/33.57.34 - www.allinpackservice.be

La Belgique, bon élève...

L'Institut Belge de l'Emballage (IBE-BVI) a été créé en 1954. Tant sur les plans législatif, qu'informatif ou technique, il se met à la disposition du service public et privé. Comportant en son sein un laboratoire, il réalise quantité de tests en vue d'évaluer les matériaux, les emballages et charges palettisés, ... L'IBE-BVI est ainsi accrédité pour effectuer des « tests de migration » dans le cas de matériaux d'emballage entrant en contact avec des denrées alimentaires.

« Mais nous travaillons pour bien d'autres secteurs que l'agro-alimentaire, insiste Marleen Calcoen, directrice. Ceux des produits pharmaceutiques, le secteur chimique, etc. ». En matière d'évolutions législatives dans le domaine des emballages, Marleen Calcoen retient surtout celles qui ont été portées sur les 2 axes de la santé publique et de l'environnement. « Chaque état membre de l'UE devra transposer la directive européenne sur le plastique à usage unique dans sa législation nationale pour le

3 juillet 2021, cite-t-elle en exemple. Les industriels ont déjà entrepris des démarches. On note différentes pistes pour préserver l'environnement de ces déchets plastiques, comme les bouchons attachés aux bouteilles, ce qui évite de les jeter trop facilement dans la nature ».

L'organisme belge agréé qui stimule et coordonne le recyclage des emballages industriels, VAL-I-PAC, indique, pour 2019, que le taux de recyclage global des emballages industriels atteint 89,7 % en notre pays. Pour 2030, les objectifs de l'Europe relatifs à cette question, se chiffrent à 70 %. Alors, même s'il reste des efforts à produire pour certains matériaux spécifiques, en vue d'atteindre les objectifs propres à leur secteur (comme le plastique), la Belgique s'est d'ores et déjà hissée au rang de très bon élève de la classe !

www.valipac.be - www.ibebevi.be

Mettre l'emballage à l'épreuve : une des missions de Celabor

Situé dans la région verviétoise, Celabor est constitué d'une équipe pluridisciplinaire d'une quarantaine de scientifiques. Ce centre de recherche assure un support scientifique et technique aux entreprises dans les domaines de l'agro-alimentaire, de l'environnement, de l'emballage, du papier-carton et du textile.

Les spécialistes du domaine de l'emballage offrent une assistance technique individualisée pour la résolution de problèmes concernant le choix des matériaux, des matières premières, des procédés, des méthodes de production, des problèmes de déchets...

Ce département emballage propose un large éventail de tests et d'analyses et une aide en matière de développements techniques de nouveaux produits, notamment dans la mise au point d'emballages plus recyclables. « Nous pouvons intervenir dès la conception du packaging comme en fin de processus créatif pour réaliser des prototypes ou pour tester l'emballage avant sa commercialisation. Nous pouvons également mettre un emballage existant à l'épreuve pour contrôler ses qualités ou pour proposer des améliorations » explique Xavier Joppin, responsable du département matériaux.

CELABOR

Zoning de Petit-Rechain
Avenue du Parc, 38 à 4650 Herve - Tél. 087/32.24.54
packaging@celabor.be - www.celabor.be



Besoin de soutien et de conseils pour développer une image forte et cohérente : Wallonie Design guide les entrepreneurs dans leur réflexion.

Le développement d'un nouveau packaging ou son évolution est une réflexion stratégique globale, qui doit être menée par le management et qui doit prendre en compte des évolutions importantes dans les comportements des consommateurs. Depuis 15 ans, Wallonie Design accompagne les entreprises wallonnes, quels que soient leur secteur d'activité et leur taille, à intégrer à leur projet une expertise régionale importante en matière de design.



L'équipe de Wallonie Design.

L'ASBL offre un diagnostic personnalisé qui permet d'identifier le potentiel, pour une entreprise, d'un travail de fond mené avec un designer. Elle soutient également les collaborations entreprises-designers en aidant à la rédaction d'un cahier des charges complet, en identifiant les profils de designers à même de répondre aux objectifs stratégiques de l'entreprise et en suivant le projet pas à pas. Elle peut en outre orienter les entrepreneurs vers les aides et financements adéquats.

Wallonie Design organise régulièrement des workshops et des visites d'entreprises à destination des designers. Elle réalise par ailleurs un important travail de promotion du design au travers de publications mettant en lumière ses métiers et les liens étroits entre design et développement économique.

WALLONIE DESIGN ASBL

Rue Paradis, 78 à 4000 Liège - Tél. 04/229.27.77
info@walloniedesign.be - www.walloniedesign.be

AIDES ET PRIMES

Une série d'aides existent pour aider les entreprises dans leur démarche de développement ou d'amélioration de leur packaging.

En fonction de votre projet, de vos attentes, de votre statut, Wallonie Design vous conseillera pour obtenir les aides et primes auxquelles vous pouvez prétendre.

.....
Contactez Boris Antoine,

Chargé des Relations entreprises

boris.antoine@walloniedesign.be - 04/229.27.77

[Aurore Mourette (Plastiwin)]

COMMENT CONCILIER plastique et environnement ?

Né voici 10 ans à l'initiative du secteur privé, Plastiwin est le cluster wallon de la plasturgie. Alors que la préoccupation des citoyens vis-à-vis de la pollution engendrée par les déchets plastiques se fait grandissante, le secteur multiplie les initiatives en faveur du recyclage et de la transition vers une économie circulaire. Présentation d'une industrie guidée par l'innovation en compagnie d'Aurore Mourette, Directrice générale de Plastiwin.

ALAIN BRAIBANT

► Commençons par la présentation de Plastiwin...

A.M.: « Plastiwin est le cluster de l'industrie du plastique en Wallonie. Il s'agit d'une initiative privée qui fonctionne depuis 10 ans grâce aux cotisations des membres et à une subvention du ministère wallon de l'économie. Il rassemble des acteurs de tous les secteurs du plastique : polymères, biopolymères, élastomères, matériaux composites, textiles synthétiques etc... »

Plus de 10.000 emplois

► C'est un secteur important en Wallonie ?

A.M.: « Le secteur compte 350 entreprises, dont 113 sont membres du cluster, ce qui représente 10.500 emplois et un chiffre d'affaires annuel de 2,5 milliards €. C'est donc loin d'être négligeable. Le tissu industriel est essentiellement composé de PME, réparties sur tout le territoire wallon. Ce sont principalement des sociétés transformatrices de matières plastiques. Il y a, en Wallonie, 55 transformateurs qui fabriquent une multitude de produits en plastique, des filtres à eau aux bouchons pour bouteilles de vin en passant par les châssis de fenêtre ou les visières de protection. La production est donc très variée. En 50 ans, l'utilisation du plastique dans le monde a été multipliée par 20 ! Signe du dynamisme du secteur, plusieurs centres de recherches sont actifs en Wallonie. »

► Plastiwin a les mêmes objectifs qu'un pôle de compétitivité ?

A.M.: « L'intérêt d'adhérer à un cluster, c'est d'abord d'intégrer un réseau, d'entrer en relation avec des donneurs d'ordre ainsi que les autres acteurs de cette chaîne de valeur. Cela permet aux membres de savoir qui fait quoi, de nouer des liens et des partenariats, de mieux appréhender l'avenir en participant à des réunions de networking et d'accroître la visibilité de sa société. Cela permet aussi d'accéder à des informations inédites, grâce aux liens privilégiés que Plastiwin entretient avec Agoria, la fédération des entreprises technologiques, et avec Essenscia, la fédération des entreprises de la chimie et des sciences du vivant. Nos membres bénéficient aussi de tarifs préférentiels dans les foires et salons auxquels ils souhaitent participer. Et puis, nous préparons un important volet formation, à l'intention des jeunes, notamment, qu'il faut mieux informer car le plastique n'a pas très bonne réputation dans cette tranche d'âge... »

Sur les plages, 27 % des déchets sont liés à la pêche !

► En effet, le plastique n'a pas très bonne réputation sur le plan environnemental. Tout le monde a vu ces images inquiétantes du "continent de plastique" dérivant dans l'Océan Pacifique.

A.M.: « Ce ne sont pas les fabricants qui déversent le plastique dans la mer, ce sont, hélas, les utilisateurs. Nous devons poursuivre nos efforts sur l'éco-design et la recyclabilité des produits, mais les citoyens doivent aussi jouer leur rôle. Je tiens aussi à préciser que cette pollution par le plastique est moins le fait de l'Europe que des autres continents, l'Asie, notamment. Les déchets liés à la pêche, dont les filets de pêche, par exemple, représentent 27 % des déchets qui jonchent les plages ! Cela a conduit à l'interdiction de certains produits, mais ce n'est pas suffisant. Il faut à la fois améliorer la collecte, le tri et le recyclage et conscientiser les citoyens. »

► A ce propos, l'Union européenne, souvent critiquée pour son inaction, a pris des initiatives importantes.

A.M.: « Tout à fait ! Une directive européenne de juin 2019 impose que les bouteilles en plastique PET soient composées de 25 % de plastique recyclé d'ici 2025 et 100 % en 2030. D'autre part, la Circular Public Alliance, qui regroupe 175 organisations, entreprises, universités et pouvoirs publics vise à porter le marché européen des plastiques recyclés à 10 millions de tonnes en 2025. Cela va stimuler le secteur à fournir de très gros efforts, en particulier en recherche et développement. »

► C'est ce qu'on appelle l'économie circulaire, c'est-à-dire la réutilisation des produits usagés. Il reste encore beaucoup à faire, en particulier dans le recyclage du plastique ?

A.M.: « La tendance est à une augmentation de l'intégration des matières recyclées dans les produits mais le prix fluctuant des matières vierges reste encore très attractif par rapport au prix des plastiques recyclés. En raison des coûts fixes tels que ceux de la collecte et du tri des déchets. La crise de la Covid a fortement impacté le marché des matières recyclées. Il est donc essentiel de soutenir le développement de ce marché. Une meilleure recyclabilité des déchets et l'amélioration de la collecte et du tri liées à une stimulation du marché des matières secondaires sont désormais cruciaux pour aboutir à une économie durable et circulaire. »

Aurore Mourette, Directrice générale de Plastiwin.



“ Nous devons poursuivre nos efforts sur l'éco-design et la recyclabilité des produits, mais les citoyens doivent aussi jouer leur rôle.

- ▶ Licence en droit, Université de Toulon (2008)
- ▶ Master en droit et études européennes, Université de Strasbourg (2009)
- ▶ Master en droit de l'environnement et des risques, Université de Strasbourg (2010)
- ▶ Directrice générale de Plastiwin depuis septembre 2019

▶ **Il y a donc du travail en perspective pour nos centres de recherches !**

A.M.: « Une réflexion globale doit être menée dès la fabrication du produit. Au moment de sa conception, il faut déjà prévoir sa réutilisation, réfléchir à la composition du produit lui-même. Faut-il, par exemple, y intégrer des pièces détachables et réutilisables, etc. Le rôle d'un cluster comme Plastiwin est d'aider le secteur à développer des solutions techniques qui respectent les principes de l'économie circulaire. Par exemple, le recyclage chimique permettrait d'obtenir un produit de qualité égale au produit de base. Il faut mobiliser les entreprises de production et de transformation des matières plastiques car il y a un vrai enjeu de développement économique. »

▶ **Au niveau wallon, il y a ce projet PEPIT, un mot simple et évocateur pour un titre un peu plus compliqué: Polymers Ecocircularity Platform for an Industrial Transition...**

A.M.: « C'est le résultat d'un partenariat entre Plastiwin et deux des pôles de compétitivité wallons, Greenwin et Mécatech. Son but est de promouvoir la circularité des plastiques en Wallonie en boostant le recyclage. Actuellement, en Wallonie, un tiers des produits en plastique est recyclé, soit 200.000 tonnes. On peut faire beaucoup mieux. Les chercheurs sont concernés, tout autant que les industriels d'ailleurs, car le processus de recyclage, comme je l'ai déjà dit, est une source de développement économique et donc d'emplois. »

En plus du géant Total, qui possède son propre centre de recherches à Feluy, la Wallonie compte six centres de recherches. Ils sont implantés dans les deux provinces les plus industrialisées, Liège et le Hainaut:

- ▶ Sirris (Sart Tilman et Charleroi)
- ▶ Celabor (Herve)
- ▶ Centexbel (Grâce-Hollogne)
- ▶ Materia Nova (Mons),
- ▶ Cenaero (Gosselies),
- ▶ Certech (Seneffe)

▶ **Ce n'est pas la seule initiative en Wallonie**

A.M.: « Non ! Il y a aussi le *Challenge Go Green Plastic and Circular* en Wallonie, soutenu par l'Union européenne. L'objectif est justement d'encourager les start-up et les PME à innover davantage. Dix grands défis liés à l'économie circulaire dans le secteur du plastique, proposés par des entreprises et par la société civile, serviront de base à un appel à projets destiné aux start-up et aux PME. Les entreprises sélectionnées bénéficieront d'une subvention de 15.000 € et d'un accompagnement spécialisé. »

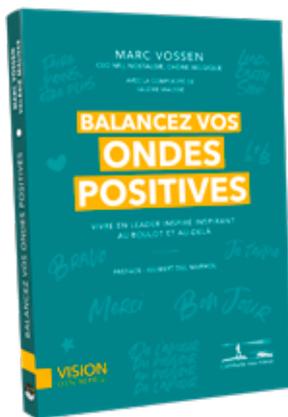
Du plastique avec des petits pois !

▶ **Certaines start-up sont déjà dans les starting blocks...**

A.M.: « Tout à fait ! Polypea, une start-up créée en janvier de cette année à Warcoing, dans le Hainaut occidental, a, par exemple, l'ambition de développer un procédé de fabrication d'un plastique à base de déchets de petits pois. On pourrait ainsi obtenir un plastique biosourcé sans avoir recours au pétrole. Cela démontre l'utilité de la recherche et de l'innovation, non seulement dans l'industrie du plastique, mais dans tous les secteurs. »

▶ **Vous avez parlé plus haut du coût du recyclage, de la difficulté d'organiser un tri efficace. Est-ce que la solution, ce n'est pas, sinon d'éliminer, du moins de diminuer la consommation et donc la production du plastique ?**

A.M.: « La fameuse directive européenne du 5 juin 2019 sur le plastique à usage unique, qui, soit dit en passant, représente 70 % des déchets marins, prévoit l'interdiction de certains produits comme les bâtonnets de cotons-tiges, les couverts, les assiettes, les pailles ou encore les mélangeurs de boissons. Des alternatives devront être trouvées. L'Union européenne veut aussi que 77 % des bouteilles à usage unique soient collectées d'ici 2025, par exemple, par un système de consigne comme c'est déjà le cas dans certaines régions d'Allemagne. Il faut à présent que ces règles soient appliquées dans chacun des Etats-membres. Incontestablement, les autorités ont pris conscience du problème mais, je le répète en guise de conclusion, c'est aussi un problème individuel ! Il faut absolument que les citoyens assument leurs responsabilités et se décident, une fois pour toutes, à mieux respecter leur environnement. »



Balances vos ondes positives : une nouvelle manière de concevoir l'entreprise

Marc Vossen est le patron de NGroup qui rassemble en Belgique

les radios NRJ, Nostalgie, Chérie, Nostalgie+ et la télévision NRJ Hits. Fervent adepte de « l'entreprise libérée », il partage – dans Balancez vos ondes positives - pour la première fois sa vision du leadership inspiré et dévoile le chemin de sa transformation et celle de son entreprise vers plus d'intelligence collective, d'engagement et de bienveillance.

En 224 pages, il se livre avec la complicité de Valérie Malisse, spécialisée dans le conseil et l'accompagnement à la transformation des équipes. Pour raconter comment il a abandonné sa posture hiérarchique de patron « omnisachant » et adopter plus humblement celle d'un homme à l'écoute de ses équipiers. **Plus d'infos :** <https://www.lattitudedesheros.com/fr/>

Nouvelles politiques de l'UE en faveur de l'emploi

La Commission européenne va accorder un paquet *Soutenir l'emploi des jeunes* d'au moins 22 milliards d'euros pour contribuer à financer les aides à la création d'entreprises et les prêts accordés aux jeunes entrepreneurs, les systèmes de tutorat, les pépinières d'entreprises et les primes offertes aux PME qui embauchent des apprentis.

Ce montant servira également aux formations destinées à acquérir de nouvelles compétences sur le marché du travail, le renforcement des capacités des services publics de l'emploi, la formation à la gestion de carrière dans l'enseignement formel. De fait, la Commission soutiendra des réseaux plus solides pour les jeunes entrepreneurs avec une attention particulière aux jeunes femmes et un encouragement au travail indépendant dans l'économie numérique et verte.

Filière construction : des emplois à la clé!

93 % des 2.000 jeunes qui sortent d'une filière construction à l'IFAPME décrochent un job moins de 6 mois après leur sortie de formation. Forte de ce constat, la Confédération construction wallonne (CCW) lance une campagne numérique de promotion des métiers de la construction, en partenariat avec la Wallonie, le Forem, l'IFAPME... Intitulée « Je Construis Mon Avenir », elle s'adresse aux jeunes et aux demandeurs d'emploi de 15 à 25 ans. Des fiches métiers, un listing des avantages d'une carrière dans la construction et des informations sur la formation en alternance se trouvent sur le site www.jeconstruismonavenir.be

Le nombre de starters est en baisse

Cet été, le nombre de starters était, selon les Syndicat neutre pour indépendants (SNI), en baisse de plus de 11 % par rapport à la même période en 2019, passant de 72.000 à 64.000. Cette tendance était plus accentuée en Wallonie et à Bruxelles qu'en Flandre. De même, le lancement de nouvelles activités a été particulièrement ralenti dans l'Horeca (- 28 %), la consultance (IT ou autres ; métiers de sous-traitance « où dans une période où les clients sont eux aussi fermés ou mettent leurs propres salariés en chômage temporaire, il est compliqué de faire appel à des freelances externes ») et toutes les activités récréatives ou artistiques où étaient enregistrées des baisses de plus de 40 %. Dès lors, le SNI demande « de nouvelles mesures de soutien financières et fiscales puisque cela n'incitera pas de nouvelles vocations d'indépendants si une entreprise existante sur cinq fait faillite avant la fin de l'année. »

L'économie belge devrait se contracter puis se redresser

Même si notre économie a traversé une récession grave au cours du premier semestre 2020 à la suite des mesures pour lutter contre le coronavirus, note le Bureau du plan, la croissance annuelle 2020 de la Belgique est moins négative qu'escompté ; -7,4 % au lieu de -10,6 %. Et « en 2021, l'économie belge devrait renouer avec une croissance de

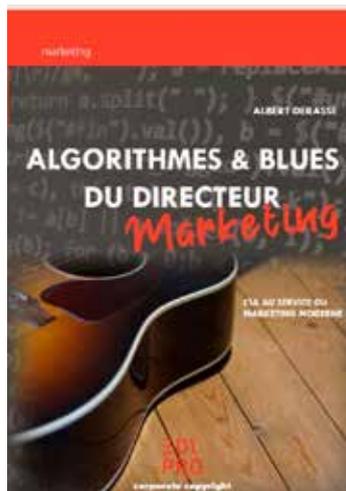


6,5 % contre 8,2 % selon l'estimation réalisée en juin. Quant à l'emploi intérieur, il devrait diminuer de 82.000 personnes sur l'ensemble des années 2020 et 2021 ; le chômage devrait sensiblement augmenter au quatrième trimestre de 2020 et au premier semestre de 2021. De même, « dans le sillage des débouchés extérieurs, les exportations belges devraient chuter de 7,3 % en 2020 et se redresser de 7 % en 2021. Enfin, s'agissant des investissements des entreprises, ils reculeraient de 12,9 % en 2020. »

Tout sur les algorithmes

Avec son ouvrage publié aux Editions Edipro, et titré, *Algorithmes & blues du Directeur Marketing*, Albert Derasse vulgarise, à l'intention des (futurs) professionnels du marketing non-initiés, la démarche tout en conciliant Intelligence Artificielle et Intelligence Naturelle. Le but : cerner et servir le consommateur moderne. Accessible, didactique, truffée d'expériences, cette publication de 152 pages lève le voile sur une série de concepts en les rendant abordables. Elle propose une démarche pour relever les défis qui se présentent à nos organisations afin d'atténuer les blues qui peut habiter certains directeurs marketing

Plus d'infos : www.edipro.eu



Nouveau centre pour s'orienter vers les sciences et la technologie

Le centre de références STEM créé par la Wallonie et la Fédération Wallonie-Bruxelles pour faire face au nombre croissant des métiers

dans le champ des sciences, technologie, ingénierie et mathématiques (STEM acronyme venant de l'anglais et évoquant ces domaines) se veut être un dispositif unique d'orientation tout au long de la vie. Sa mission ? « *Proposer aux gouvernements une stratégie globale sur 10 ans pour coordonner les actions menées dans le domaine des STEM, filières en pénurie alors qu'elles sont largement pourvoyeuses d'emploi, en ce compris leurs objectifs propres.* » Une Task-force STEM sera mise en place et proposera au centre une stratégie de développement des filières STEM. Et fin mars 2021 au plus tard, elle proposera à ce centre de références, un plan d'actions pour coordonner, orienter et développer les efforts d'orientation professionnelle, d'enseignement, de formation...

Le poids du secteur pharmaceutique

« *Le secteur pharmaceutique, poids lourd de l'économie mondiale, est remis en lumière à la faveur de la crise du Covid-19. Son importance pourrait encore s'accroître, notamment en Europe si les appels à la relocalisation sont entendus, stimulés, voire forcés, dans un contexte de dépendance envers les choix de production et de distribution. La Belgique, à la pointe de l'industrie au niveau européen, semble bien armée pour faire face à ces enjeux.* » Telles sont les conclusions de Marcus Wunderle, chargé de recherche dans le secteur

Économie au CRISP. Une bonne nouvelle pour l'économie wallonne, même si c'est « *La Flandre qui abrite le plus grand nombre d'entreprises dans ce secteur et qui compte le plus d'emplois.* » Dans son ensemble, l'industrie pharmaceutique compte environ 1040 entreprises, occupe plus de 45 000 équivalents temps plein (ETP) et la fabrication de produits et de préparations pharmaceutiques comptabilise la majeure partie de l'emploi (58,4 %).

Wallonie : l'automne pour

Face à l'ampleur de la crise sanitaire et de ses conséquences socio-économiques pour la Wallonie, l'Union Wallonnes des Entreprises a, depuis de longs mois, pris le taureau par les cornes. Elle a multiplié les initiatives et projets fédérateurs pendant les premières semaines, avant d'articuler sa stratégie en deux temps : l'été pour redresser et l'automne pour réformer. Après ses 35 mesures destinées à répondre aux urgences du court terme, elle concentre aujourd'hui ses efforts sur le moyen et le long terme. Et elle n'y va pas par quatre chemins : automne doit rimer avec réformes !

Y-E MASSART

Redéployer !

La crise de la Covid-19 a frappé et frappe encore durement le tissu économique de notre pays et singulièrement celui de la Wallonie. Ce virus a provoqué et continue de provoquer, par son ampleur et sa durée, des drames humains, des catastrophes économiques et sociales et des désorganisations néfastes pour l'équilibre de notre société. Comme le souligne Olivier de Wasseige, le CEO de l'UWE, « Au-delà de ces impacts directs, cette crise a aussi mis encore plus en lumière, voire révélé, certaines failles structurelles de la Wallonie qui, si elles nécessitaient déjà d'être traitées avant cette période sombre, imposent à présent d'être prises à bras-le-corps sans attendre par les autorités régionales. »

La presse et nombre d'acteurs politiques et économiques l'ont souligné à l'époque : en proposant, dès le 1^{er} juillet, 35 mesures devant permettre un redressement à court terme du tissu économique wallon, l'UWE avait visé juste !

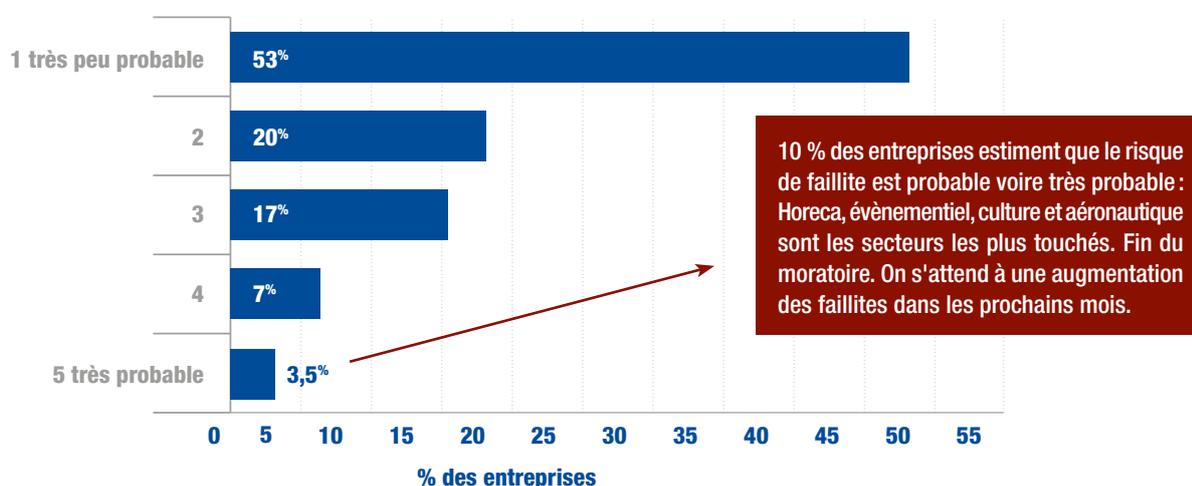
« Mais ce n'était qu'une première étape, tant il était évident que ces mesures devaient être complétées par des mesures plus structurantes, plus fondamentales encore pour relancer notre économie et atteindre un niveau de développement devant permettre à la Wallonie de rencontrer les besoins et aspirations de sa population et de ses entreprises et de répondre aux enjeux de ce siècle. »

Le sentiment d'urgence était tel auprès des entrepreneurs wallons que leur mobilisation a été immédiate et constante tout au long de l'été. C'est l'avenir de leur entreprise, de leur personnel, de leurs clients, de leurs fournisseurs, des acteurs de leur écosystème, qui est en jeu. Pour beaucoup, c'est même une question de survie.

« C'est grâce à leur implication que l'UWE est aujourd'hui en mesure de déposer sur la table des décideurs politiques un plan de redéploiement aux ambitions fortes. Cette nouvelle contribution de l'Union Wallonne des Entreprises est une pierre majeure à l'édifice Get Up Wallonia, plan de transition que construit actuellement la Wallonie. »

Pour les entrepreneurs wallons, redéployer, c'est solidifier notre tissu économique, c'est plus d'entreprises et des entreprises plus grandes, c'est créer massivement de l'emploi privé (56 % de l'emploi total dans les entreprises en Wallonie contre 65 % en Flandre) et c'est réformer structurellement la sphère publique. En effet, pour Olivier de Wasseige, « La Wallonie ne peut plus se permettre d'attendre, d'hésiter et de tergiverser. Ces objectifs doivent être poursuivis avec vigueur et rigueur dès à présent. La crise sanitaire n'a fait que renforcer le besoin impérieux de changements profonds dans notre Région. Get Up Wallonia doit en effet dépasser le cadre strict de la gestion de la crise pour être ce plan de Transition et de Redéploiement dont la Wallonie a tant besoin. »

Risque de faillite



Source : ERMG 17 août

réformer (2) !



“ Redéployer, c’est repenser la Wallonie en fonction des urgences d’aujourd’hui et des défis de demain.

Olivier de Wasseige,
CEO de l’UWE

Et l’UWE l’assure : elle ne se cantonnera pas au rôle de spectateur, elle se positionne comme acteur et veut mettre les mains dans le cambouis en misant sur une relation de confiance forte avec les autorités régionales.

L’UWE se veut partenaire du Gouvernement Wallon pour préciser et mettre en œuvre ces réformes dans ce cadre.

L’UWE ne tourne pas autour du pot : redéployer, ce n’est pas un gros mot. Redéployer, ce sera mieux gérer, renforcer nos chaînes de valeur, innover à tous niveaux, investir, devenir une région leader en matière de durabilité, miser sur le capital humain, accompagner les entrepreneurs et les travailleurs et faire des acteurs publics des moteurs de changement ! Un catalogue de bonnes intentions ? Non, l’UWE va plus loin « *Mieux gérer, c’est faire tomber tous les tabous ! Cela implique la réalisation exhaustive du Budget Base Zéro (BBZ). L’effet retour estimé de cet exercice est de 1,5 milliard d’€ par an, un montant qui doit servir à réduire le déficit, la dette et sa charge et qui doit également permettre des investissements porteurs de création de valeur.* » Cela signifie aussi stopper le saupoudrage sous couvert de mesures de relance, une dispersion dont la Wallonie ne peut pas se permettre le luxe. Et, puisque l’exercice devrait se révéler riche en enseignements, l’UWE ne voit pas pourquoi la Fédération Wallonie-Bruxelles en ferait l’économie, elle dont les finances sont mises à mal depuis des années...

“ La crise sanitaire n’a fait que renforcer le besoin impérieux de changements profonds dans notre Région...

Déceler les opportunités

Redéployer, c’est aussi répondre rapidement et efficacement aux besoins. Après le séisme des derniers mois, tout le monde est conscient que nous devons renforcer nos chaînes de valeur. Redéployer, c’est aussi anticiper et se projeter dans l’avenir. En développant l’IMEC, la Flandre est plongée

dans la recherche ciblée sur la prochaine génération de technologies micro-électroniques et nano-technologies, correspondant aux besoins de l’industrie dans trois à dix ans !

« *Pourquoi pas un IMEC wallon, et vite !* »

Redéployer, c’est transformer la Wallonie. La transformer en leader en matière d’énergie, notamment en mettant fin aux passoires énergétiques dans le bâti wallon. La transformer en leader de l’attractivité, en rendant son territoire connecté et intelligent, en réhabilitant son territoire, en créant un véritable cluster industriel de la réhabilitation. Redéployer, c’est aussi réduire ce paradoxe plus injustifiable que jamais en période de crise, celui des emplois vacants. Vacants par dizaines de milliers... Redéployer, c’est mettre l’accent sur le capital humain en le préparant aux défis de demain, avec un rôle clé pour l’enseignement et la formation tout au long de la vie. Redéployer, c’est repenser la Wallonie en fonction des urgences d’aujourd’hui et des défis de demain.

Enfin, redéployer, c’est aussi rendre confiance, ne pas se limiter à voir cette crise par les seules difficultés qu’elle porte mais aussi par les opportunités qu’elle offre. La crise doit ouvrir une nouvelle voie positive de dialogue entre les acteurs de la société pour que se construise ensemble une Wallonie où il fasse bon vivre et entreprendre.

Les 8 axes du plan de redéploiement de l’UWE :

1. Mieux gérer
2. Renforcer nos chaînes de valeur
3. Innover à tous les niveaux
4. Investir
5. Etre une région leader en matière de durabilité
6. Miser sur le capital humain
7. Accompagner les entrepreneurs et travailleurs
8. Faire des acteurs publics des moteurs de changement



MAISON DUTRON EN ÉQUILIBRE ENTRE LA MAIN ET L'ESPRIT

CELINE LEONARD

Depuis 1896, la Maison Dutron fabrique et restaure à la main tout type d'encadrement. Dans son atelier logé au cœur de la Cité ardente, travail du bois et maîtrise des courants artistiques s'entremêlent pour mettre chaque œuvre en valeur. Un métier au service de l'harmonie fait de créativité, patience et minutie. Présentation d'une maison dont la réputation a depuis longtemps franchi les frontières de notre royaume.

Il y a des lieux qui ont une âme. Le pas de la porte à peine franchi, la Maison Dutron vous plonge dans une atmosphère respirant l'amour du travail bien fait. Entre ses murs baignés d'histoire, François, le père, et Olivier, le fils, œuvrent de concert pour fabriquer et restaurer des encadrements mettant en lumière peintures, sculptures et autres gravures.





Représentant respectivement la 4^{ème} et la 5^{ème} génération de la Maison Dutron, François et Olivier se sont formés au métier d'encadreur sur les routes du compagnonnage. Au contact de leurs pairs, ils ont appris à travailler le bois, le dorer, le sculpter. Des compétences techniques pointues complétées par une connaissance des courants artistiques et un goût prononcé pour l'esthétique.



Sur la table de l'atelier, le regard du visiteur peut aussi bien se poser sur la reproduction d'un Miro que d'une peinture baroque flamande. « La diversité est l'une des grandes richesses de notre métier », souligne François. « D'une œuvre à l'autre, nous nous baladons du XVI^{ème} au XXI^{ème} siècle. La restauration d'un cadre en écaille de tortue succède ainsi à la création d'un encadrement au départ de LED ou plexiglas. »

ARD - PHOTOS : © PATRICK MORIAME



Dans chacune de ses tâches, le duo avance dans un souci d'harmonie. « Notre métier est une rencontre à trois entre un propriétaire détenteur d'une œuvre qui lui tient à cœur, un encadreur disposant d'un éventail de solutions et une œuvre dont l'esthétique de l'artiste ne doit jamais être trahie. »

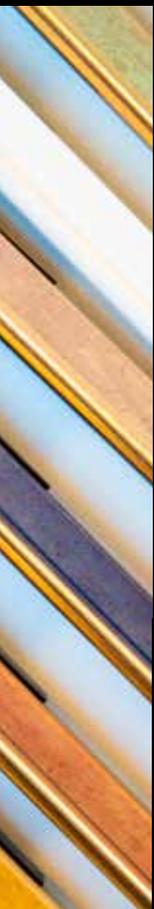


Lorsque la Maison Dutron a vu le jour, Liège comptait un encadreur par rue. Ils ne sont plus que deux aujourd'hui. « Notre longévité, nous l'avons forgée dans le degré d'exigence qui est le nôtre depuis 1896. Quel que soit notre client - un collectionneur, un musée, une collectivité ou un particulier -, chacun bénéficie ici du même service. »



Au printemps 2019, la Maison Dutron a inauguré un second magasin en périphérie liégeoise. Un choix dicté par les travaux de construction du tram compliquant lourdement l'accès à son établissement du centre-ville. « Pour un commerce tel que le nôtre, la mobilité est un problème cardinal. Lorsque celle-ci ne peut être rencontrée, nous ne pouvons rester les bras ballants. Nous avons décidé d'anticiper en ouvrant cette nouvelle enseigne. Une inauguration qui a fait office de véritable bouffée d'oxygène. »





A l'heure de nous quitter, François et Olivier peaufinent l'encadrement d'œuvres d'Andy Warhol qui seront prochainement exposées au Musée de la Boverie. Dans un coin de la pièce, d'autres cadres s'apprentent à partir pour une exposition à Lyon. Et oui, de l'étranger aussi, les professionnels viennent frapper à la porte de cette maison, garante d'un savoir-faire devenu rare.

MAISON DUTRON

Rue de la Madeleine, 6 à 4000 Liège
Tél. 04/222.07.98 - www.dutron.be



Au rang des nouveautés, ce mois-ci, la Volvo XC 40... Elle représente la meilleure performance de la marque et le deuxième score des SUV, toutes catégories confondues. Excusez du peu...

VOLVO XC 40: typé, sûr et propre

Les SUV compacts ont la cote. Et cette tendance va se confirmer car tous les constructeurs sacrifient à ce mode de déplacement. Après les XC 90 et XC 60, le Volvo XC 40 (4,425 X 1,863 X 1,652 mètres) tient la vedette depuis 2018 avec le titre de Voiture de l'Année. Aux côtés des blocs 3 et 4 cylindres essence et diesel, avec 2 et 4 roues motrices, boîte manuelle et automatique, un hybride plug in et un électrique répondent dorénavant présent. Une offre bien dans l'air du temps!

Bingo donc pour le côté propre et *bagnolement* correct. La gamme XC40 offre désormais des puissances de 129, 150, 163, 190, 197, 211, 250 et... 408 ch! La silhouette du XC40 interpelle.

Joliment dessinée, cette caisse surélevée est judicieusement proportionnée tout en garantissant une habitabilité qui ravira ses 4 passagers. Le 5^e sera moins idéalement installé au centre de la banquette rabattable asymétriquement. Les espaces de rangement sont multiples, la position de conduite confortable malgré l'assise un chouia trop courte, la présentation soignée, l'ergonomie au top et le plaisir au volant bien réel sur parcours sinueux avalé à vive allure. Vous vous en doutiez: le chapitre sécurité et



Les motorisations hybride et électrique du XC40 viennent à point nommé pour seconder les blocs atmosphériques qui ont toujours leurs inconditionnels partisans.

connectivité est des plus complets. Oui, c'est bien une Volvo!

Concurrente des premium Audi Q3, BMW X1, Jaguar E Pace et autre Range Rover Evoque, le XC40 est promis à une belle carrière. La preuve avec ses 4260 exemplaires écoulés à fin juillet. Soit la meilleure performance de Volvo!

Légitimement fier de son design franchement réussi et de son insonorisation générale, le XC

40 offre de 460 à 1336 litres de coffre doublé d'un astucieux volume supplémentaire de charge sous le plancher. Quant à la visibilité arrière, elle aurait pu être plus franche. Mais pas de quoi affecter un bilan global des plus aguichants dont un intelligent rapport dimensions hors tout/habitabilité.

Volvo XC 40: de 29.950 à 62.900 euros

BAISSE DU KILOMÈTRE !

Depuis le 1^{er} juillet, l'indemnité kilométrique est passée de 0,3653€ à 0,3542€ par kilomètre. Cette nouvelle tarification court jusqu'au 30 juin 2021. Ce montant concerne ce que l'employeur peut déboursier pour les déplacements purement professionnels effectués par un employé avec son véhicule privé, sa moto ou son cyclomoteur dans le cadre de son travail. L'indemnité kilométrique est nette d'impôts et de cotisations sociales.

VOLVO 180 KM/H : MAXI !

Toutes les nouvelles voitures Volvo seront désormais bridées à 180 km/h. Cette mesure, qui va au-delà des lois et réglementations en vigueur, a vocation de rapprocher Volvo de l'objectif « Zéro accident grave ou mortel » sur les routes.

Outre ce plafonnement de la vitesse, les Volvo intégreront une Care Key permettant à leur propriétaires de fixer des limitations de vitesse supplémentaires sur leur véhicule avant de le prêter à autrui ou à un jeune conducteur inexpérimenté par exemple.

PIVOTAL pour Jaguar et Land Rover

« **P**ivotal » propose un abonnement haut de gamme tout compris et sans engagement pour les modèles Jaguar et Land Rover ! Une flexibilité totale permet aux membres du programme de changer de véhicule ou de suspendre leur adhésion à leur convenance. La Jaguar I-PACE tout électrique et les derniers Range Rover Evoque et Land Rover Discovery Sport hybrides rechargeables sont inclus dans cette offre.

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

Cimenteries CBR Antoing

LE CLINKER, C'EST (PRESQUE) DU BÉTON!

CBR produit et commercialise une large gamme de ciments à destination des secteurs de la construction et des travaux publics et d'infrastructure.

MÉLANIE VANDEVOORDE



CBR située le long de l'Escaut



Le complexe CBR Antoing

Située le long de l'Escaut depuis 1986, CBR Antoing produit du clinker destiné aux cimenteries du Groupe HeidelbergCement.

Clinker? Quésaco? Pour les novices comme moi, c'est un produit intermédiaire qui va servir à fabriquer le ciment... Serge Montagne, Plan Manager de CBR Antoing fait d'ailleurs remarquer qu'en Belgique, nous consommons environ 6.500.000 tonnes de ciment par an: le Belge a bien une brique dans le ventre!

Record absolu

Zoom sur la production de plus d'1.13.000 tonnes de clinker réalisée en 2019. Pour ce faire, CBR Antoing utilise comme matière première la pierre calcaire provenant de la Carrière d'Antoing avoisinante.

Ce résultat exceptionnel a permis d'obtenir un budget d'investissement. A ce jour, le four produit 3.100 tonnes de clinker par jour et l'objectif est de passer à 3.250 tonnes (soit +/- 50.000 tonnes/an).

Projet de modernisation du four et réduction des émissions de CO₂

Avec plus de dix millions d'euros, ce projet permettra d'atteindre de manière consolidée et pérenne, la performance d'une augmentation de 5 % de la production du four.

Au-delà de cet objectif, le projet permettra également de :

- Maximiser le recours à la biomasse.
- Réduire la consommation d'énergie par une récupération de chaleur mais aussi par l'installation d'équipements plus performants en la matière.

Carburants alternatifs et matières premières

Actuellement, 70 % d'énergie thermique utilisée pour cuire la matière, qui entrent dans le four, provient de matières alternatives (ce sont des déchets industriels banals, non-dangereux, constitués de plastique, caoutchouc, refus de tri, farine animale, sciure de bois, boue de station d'épuration...). L'utilisation de ces combustibles de substitution est intéressante d'un point de vue économique et sociétal mais aussi et surtout pour la préservation des ressources naturelles.



Penser et agir de façon durable : une avancée importante dans la réduction des émissions de CO₂ du processus cimentier.

Penser et agir de façon durable

« Ce que nous faisons, la façon dont nous le faisons, avec qui nous le faisons : chaque aspect de notre travail est axé sur la durabilité. » Serge Montagne est d'ailleurs fier de nous présenter le Certificat d'Argent obtenu en septembre 2020 pour la certification CSC - Concrete Sustainability Council, démontrant, selon des critères très stricts, que le Groupe HeidelbergCement produit du béton de manière responsable et durable.



La sécurité: l'ADN de la société

La sécurité du personnel, voilà le défi de Serge Montagne: « être sur le terrain, faire appliquer les consignes, sensibiliser les gens, c'est tout cet ensemble qui fait que ça marche ou pas ». En tant qu'acteur responsable, CBR Antoing, sous l'impulsion du Groupe, multiplie les initiatives pour continuer à améliorer la sécurité du personnel.

CBR CIMENTERIES S.A.

Rue du Coucou, 8 à 7640 Antoing
www.cbr.be
serge.montagne@heidelbergcement.com

[Fondation Paul Duhem]

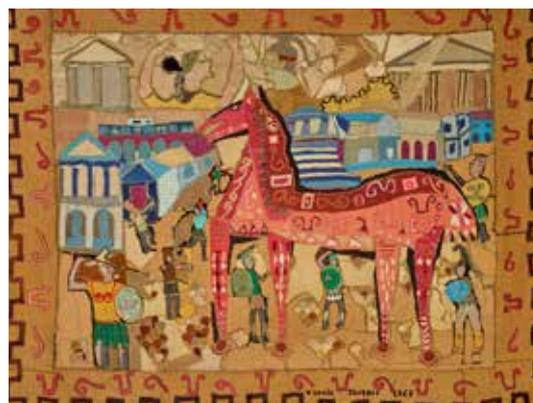
DES ŒUVRES À PERPÉTUITÉ!

La Fondation Paul Duhem pérennise et met en valeur un patrimoine artistique exceptionnel de plus de 5000 œuvres réalisées par des personnes en situation de handicap.

MÉLANIE VANDEVOORDE



L'espace d'exposition permanente



©FondationPaulDuhem

L'origine

La *Fondation Paul Duhem* est issue d'expériences de vie qui débutent en 1980 avec Bruno Gérard qui crée un atelier « peinture & gravure » dans un home pour personnes en situation de handicap et qui dévoile le talent de plusieurs artistes.

Le 02/02/1990, date ô combien symbolique, Paul Duhem, résidant à la Pommerai, passait, pour la première fois, la porte de l'atelier peinture pour y réaliser six dessins par jour... durant près de 10 ans!

Bruno Gérard se souvient : « *Dans la vie, on croise des gens d'exception, voire de génie, et j'ai compris ce jour-là que Paul avait plein de choses à dire* ». C'était le début d'un parcours d'artiste prolifique qui compte plus de 6000 tableaux.

La création

Comment faire pour que toutes ces productions continuent d'exister? Créer une fondation! **Mission accomplie depuis 2016 avec l'ouverture de l'espace d'exposition permanente.** Un lieu accessible toute l'année et favorisant l'échange avec un public le plus large possible.

Jacques Clichéroux, président de la Fondation, explique : « *Toutes les créations réalisées par des artistes de l'ombre méritent d'être sauvegardées et de devenir les témoins de la richesse artistique de leur auteur* ».

La Fondation, reconnue par les grands opérateurs culturels, s'est donc dotée d'un patrimoine représentant 43 artistes et propose les œuvres sur la scène internationale par le biais de nombreuses expositions.

Projets

Parmi les projets, l'exposition « *Œuvres secrètes* » du 13/11/2020 au 15/02/2021 mettra en avant les œuvres peu connues de la Fondation. Sophie Schraen, chargée de communication de la Fondation commente : « *Tous les musées recèlent des œuvres fabuleuses dans leurs caves, qu'ils ne peuvent montrer! Souvent par manque de place mais aussi parce que les projets ne permettent pas d'exposer ces œuvres. Les artistes vedettes, les œuvres incontournables prennent toute la place!* ».

La Fondation Paul Duhem proposera donc dans cette première édition quelques pépites dévoilées pour la première fois.

En février 2021, la Fondation investira le Musée Notre Dame à la Rose de Lessines pour l'exposition « *Conversations rêvées* ». L'occasion de faire dialoguer les artistes singuliers avec les œuvres de ce musée dans cet écrin qui avait pour fonction d'accueillir et de soigner les plus pauvres d'entre nous.

Relations avec les entreprises

« *Les entreprises qui survivront demain sont celles qui encouragent la créativité.* » M. Zeldman
La Fondation a décidé de ne plus vendre aucune œuvre afin de les préserver et vit uniquement avec un subside de la Fondation de France.

Vous êtes indépendant, entrepreneur? Faites appel à la Fondation qui propose de nombreuses contreparties personnalisables (mise à disposition de l'espace d'exposition pour vos événements, mise en avant de votre logo,



L'œuvre appartient à l'artiste, mais notre devoir est de la conserver et de la faire exister dans le temps...»



©FondationPaulDuhem

visites guidées & drink, conférences, création de supports visuels, prêt d'œuvres originales... (www.fondationpaulduhem.eu/contreparties)

FONDATION PAUL DUHEM

Rue Vandervelde, 78 à 7972 Quevaucamps
sophieschraen@fondationpaulduhem.eu
www.fondationpaulduhem.eu

[GTM]

MONTER POUR VOIR PLUS LOIN...

GTM est une entreprise de montage de structures métalliques de tout type et de maintenance pour tout secteur d'activité. Même si elle n'a que quelques années d'existence, son personnel affiche une solide expérience... mais le manque de nouveaux monteurs qualifiés guette et GTM s'associe au FOREM dans le cadre de la mesure « Coup de Poing Pénuries ».

GAËTAN DI GRAVIO



GTM - pour « Grands Travaux de Montage » - est, du haut de ses cinq années d'existence, une entreprise jeune, mais dont certains des membres du personnel peuvent se targuer d'une solide expérience dans le domaine du montage de structures métalliques.

« En effet, une partie de notre équipe faisait autrefois partie d'une autre entreprise de montage ayant cessé ses activités... » racontent Thierry Brichard et Emmanuel Leman, Gérants de GTM qui étaient eux-mêmes respectivement Chef de Projet et Directeur technique de ladite entreprise aujourd'hui disparue.

« Historiquement, nous étions trois dirigeants mais Gwenaël Missinne, qui l'a fondée, a quitté la structure en 2015 pour se consacrer à d'autres projets. Partis de rien, nous avons pu nous appuyer sur la bonne volonté et la confiance de nombreux acteurs pour devenir ce que nous sommes aujourd'hui: la majorité de clients avec qui nous étions en contact qui ont choisi de travailler avec nous, nos nombreux fournisseurs, le bureau athisois d'Actief qui nous a permis d'engager nos premiers ouvriers en intérim... et les chefs de projets qui ont eux aussi accepté de nous rejoindre dans des conditions similaires! »

Un métier qualifié en pénurie

GTM emploie aujourd'hui une trentaine de personnes et n'a pas forcément l'envie de grandir - « L'avenir de notre métier sera fait de

petites structures avec une Direction proche du terrain » - mais souhaite avant tout assurer sa rentabilité tout en gardant les valeurs qui la caractérisent aujourd'hui: qualité et sécurité.

« De nos jours, on ne peut plus considérer la profession de monteur comme autrefois. Il s'agit d'un métier qualifié où chacun est capable de faire de la manutention, de l'entretien, de planifier son travail, le tout en prenant toutes les mesures nécessaires de sécurité absolue! » Un profil complet qui devient une denrée rare... « À vrai dire, il n'y a jamais eu d'« école de monteurs »... C'est un métier que l'on apprend sur le terrain et, à l'heure actuelle, on déplore une véritable pénurie... alors que les plus anciens seront bientôt pensionnés! »

Une situation qui a poussé GTM et l'un de ses concurrents à se mettre autour de la table avec le FOREM dans le cadre de sa mesure « Coup de Poing Pénuries ». Plus encore que GTM, c'est tout un secteur qui pourrait bénéficier de l'arrivée espérée de nouveau personnel qualifié.

Monteur et assembleur

GTM effectue le montage de toute structure métallique, excepté la tuyauterie, mais également de la manutention d'équipements pour tout secteur d'activité. L'entreprise manageoise propose aussi d'effectuer des tâches d'assembler. **Seul interlocuteur du client, GTM a mis en place de nombreux partenariats et synergies avec différents acteurs** sollicités le moment venu selon la teneur même du projet.

“ GTM veut assurer sa rentabilité en conservant ses valeurs... »



GTM SPRL

Rue des Brasseries, 11 à 7170 Manage
Tél. 064/54.10.64 - www.gtm-industrie.eu



MOBI BW: réinventez votre mobilité!

Parce que les attentes des citoyens changent en matière de mobilité et de mode de travail, le Brabant wallon souhaite favoriser le développement d'une économie à portée des vélos et soutenir celles et ceux qui veulent limiter leurs dépenses de déplacements, prendre soin de leur santé ou se déplacer autrement et de manière plus fluide.

Mise en oeuvre en Brabant wallon

Pour répondre à ces préoccupations et aux nouveaux enjeux de la mobilité et des modes de travail, le Brabant wallon propose à ses habitants et travailleurs de réinventer leur mobilité domicile-travail.

Cela leur sera rendu possible grâce à un programme de coaching qui permet d'identifier et tester, durant quatre semaines, des mobilités alternatives, seules ou en combinaison dans une approche multimodale.

Pour en savoir plus ou porter sa candidature pour un test gratuit, le règlement



et le formulaire de candidature se trouve sur www.brabantwallon.be/mobibw.

Pour être recevable, la demande (formulaire et annexes) doit être en possession du service provincial du développement territorial et environnemental pour le 31 octobre au plus tard - developpementterritorial@brabantwallon.be

Mobi Bw, c'est aussi...

Mobi Bw associera les principaux acteurs de l'animation économique en Brabant wallon (UWE, CCIBW, InBW, Alliance centre Bw, UED et Nivelles Entreprises.). Ils seront des relais pour l'action de testing et formation et des partenaires pour développer des actions qui sensibiliseront les travailleurs à l'utilisation de modes alternatifs pour leurs déplacements domicile-travail. Des actions se dérouleront en septembre et octobre 2020 dans les principaux pôles d'activités économiques à Wavre, Louvain-la-Neuve et Nivelles.

SWECO ACQUIERT SGI INGÉNIEURS, la filiale belge du Groupe SGI

Sweco Belgium franchit une étape de plus dans son plan de croissance stratégique en rachetant le bureau d'études SGI Ingénieurs en Belgique. Les collaborateurs concernés, spécialisés dans les projets de stabilité bâtiments, infrastructure génie civil et techniques bâtiments, renforcent l'offre d'expertise à Bruxelles et en Wallonie.

« Les activités, disciplines et profils de clients de Sweco et SGI Ingénieurs se complètent à merveille sur le territoire belge. SGI jouit d'une solide réputation sur le marché bruxellois et wallon en matière de projets de stabilité bâtiments, infrastructure génie civil et techniques bâtiments. Ensemble, nous avons en portefeuille un nombre considérable de projets intéressants et nous travaillons souvent avec les mêmes clients privés et publics, partenaires et architectes. Ce sont des atouts qui garantissent une intégration sans faille et une croissance durable de nos activités. Nos tout nouveaux collègues se sentiront rapidement à l'aise chez Sweco, » explique Erwin Malcorps, Managing Director de Sweco Belgium.

Les équipes bâtiments et génie civil de SGI Ingénieurs travaillent au siège d'exploitation de Louvain-la-Neuve. L'entreprise a vu le jour en 2009 après une fusion avec le bureau d'ingénierie Abcis-Van Wetter et était la branche belge du groupe SGI. Les 39 collaborateurs sont spécialisés en stabilité, génie civil et techniques bâtiments, et ont une vaste expérience dans leurs domaines respectifs.

sources : communiqués de presse



De gauche à droite : Erwin Malcorps (Managing Director, Sweco Belgium), Vicky De Bollen (Director Finance, Facility & Legal, Sweco Belgium) et François Dorland (Directeur Général Groupe de SGI)

SWECO EN BW

Chemin du Stocquoy, 1 à 1300 Wavre
Tél. : 02/383.06.40 - www.swecobelgium.be



Bruyere rachète Jacoby et étend son offre pour les métiers de bouche

Fin juillet dernier, Bruyere, spécialiste dans la fourniture de produits pour boulangers, pâtisseries et glaciers depuis plus de 110 ans, a signé le rachat de la société Jacoby, leader de la province de Liège en matière de vente de matériel de boucherie et de restauration. Cette acquisition s'inscrit pleinement dans la volonté de Bruyere de diversifier ses activités en complétant son offre en matière de produits « salés ». Une démarche entamée en 2017, déjà, avec le rachat de la société Vanhoebroeck.

« L'envie de diversifier nos activités vient du constat que de plus en plus de personnes achètent des plats préparés, sandwiches gamis ou petits produits salés à emporter pour dîner car ils ont de moins en moins de temps pour les préparer. Aujourd'hui, le boulanger qui ne vend pas de pain ou baguette gami(e), ne vend plus de pain du tout ! Le mode de consommation a connu un tournant significatif et le boulanger doit donc s'adapter et se diversifier... et nous aussi ! » détaille Jean-François Collet, Directeur général de Bruyere.

L'acquisition de Jacoby va également permettre à Bruyere de proposer une gamme plus étendue et diversifiée pour le secteur de l'HORECA. La frontière entre le monde de l'HORECA et celui de la boulangerie-pâtisserie est de plus en plus mince : le secteur de la glace, par exemple, est un produit qui est commun aux deux professions.

« Le fait de pouvoir proposer une offre globale pour tous les métiers de bouche est un atout important pour Bruyere » souligne Dorine Pecheny, Responsable Marketing et Relations publiques. « Aussi bien pour nos clients professionnels que pour les particuliers, d'ailleurs, car l'on constate un intérêt croissant de ces derniers pour la gastronomie au sens large. Il suffit de voir le nombre croissant de programmes télévisés de type culinaire pour s'apercevoir qu'il s'agit d'un hobby partagé par de plus en plus de personnes !

Les acheteurs préfèrent aussi traiter avec des structures plus importantes - comme on le constate pour l'achat d'équipements professionnels ou de cuisines - disposant d'un large service après-vente 24/24h et 7/7j, comme c'est notre cas depuis des dizaines d'années maintenant... »

Le rachat de l'entreprise liégeoise, mais également l'ouverture toute récente d'un nouvel établissement de 1.700 m² près de Bruxelles



JF Collet, Directeur général de Bruyere et Justine Collet, Directrice Adjointe



Les époux Jacoby



permettent en effet également à Bruyere d'étendre sa zone de chalandise, avec des magasins « cash&carry » à Gosselies, Tournai, Namur, Liège et Nossegem, donc. Unique de par l'étendue actuelle de son offre, Bruyere conforte ainsi sa place de n° 2 belge de la fourniture pour boulangeries/pâtisseries alors qu'il n'était pas encore présent en Flandre il y a quelques jours encore...

Jacoby by Bruyere

Alors que l'entière part de son personnel expérimenté est évidemment conservée, Jacoby garde son nom... à peu de choses près, car le magasin s'appelle désormais « Jacoby by Bruyere » ! Concrètement, Jacoby a hérité de la gamme de produits vendus par Bruyere - principalement tous les produits alimentaires qui étaient inexistantes dans sa gamme - en complément de ce que l'enseigne proposait déjà. Bruyere, pour sa part, propose désormais dans ses propres magasins les produits

commercialisés par Jacoby, mais aussi de nouveaux produits spécifiques à la boulangerie/pâtisserie, soit une addition de plus de 5.000 nouveaux produits !

Le montant de la transaction, finalisée après trois mois de négociations, n'a pas été communiqué par Bruyere, qui le qualifie toutefois de conséquent.

BRUYERE S.A.

Rue François Léon Bruyere,
34 à 6041 Gosselies
www.bruyere.be

Le Forem aménage Mons Expo en mode « Top Chef »



Epicuris, l'un des 24 centres de compétence du Forem, a installé temporairement ses quartiers au Lotto Mons Expo pour former aux métiers de bouche. Chaque année, le secteur des métiers de bouche recherche des centaines de personnes. Pour répondre aux besoins accrus de boulangers, pâtisseries et bouchers dans le Hainaut, Epicuris a installé toutes ses unités mobiles sur plus de 2.000 m².

Pour 2020, la liste des fonctions critiques et des métiers en pénurie en Wallonie est constituée de 125 fonctions, dont 75 métiers sont considérés comme étant en pénurie de main-d'œuvre. Parmi ceux-ci, on retrouve les métiers de boulanger, pâtissier et boucher. A la sortie du confinement, les équipes du Forem et d'Epicuris ont refait une analyse sur les opportunités d'emploi disponibles pour ces métiers et le nombre de profils pouvant répondre à ces offres. Il est apparu que la province du Hainaut présente une pénurie accrue de personnes qualifiées positionnées sur ces métiers par rapport au nombre de postes à pourvoir.

Le Centre de compétence Epicuris est un centre dédié aux métiers de bouche, le seul en Wallonie. Il s'adresse aux demandeurs d'emploi, mais aussi aux travailleurs et aux indépendants et permet de se former et/ou



de se reconverter professionnellement à 12 métiers liés aux secteurs de l'hôtellerie, de la restauration et de l'industrie alimentaire. Ces formations se donnent habituellement au sein de ses installations à Villers-le-Bouillet, mais peuvent aussi être délocalisées.

Afin de répondre aux besoins des entreprises - notamment celles du secteur de l'événementiel en grande difficulté suite à la crise sanitaire - et d'encourager les stagiaires à prendre part à ses formations dans ce contexte particulier, Epicuris a temporairement installé ses quartiers dans Mons Expo sur plus de 2.000 m².

Le centre de compétence a profité de la modularité du site pour y créer 6 espaces de formation « pop-up » en parallèle et y installer ses trois unités mobiles de formation.

Plusieurs formations lancées jusqu'à la fin de l'année

Une cinquantaine de personnes - futurs préparateurs-vendeurs en produits de boucherie, boulangers, pâtisseries et agents de fabrication alimentaire - ont déjà entamé la première session d'un parcours de formation organisé en mode « Top Chef » et structuré à la « sauce Covid ».

LE FOREM - EPICURIS

Tél. : 065/38.20.11

serviceclientele.mons@forem.be



OPTEC (Frameries) rachetée par LASEA

Début août, le groupe LASEA, l'un des leaders mondiaux de la conception et la fabrication de machines laser de précision, a annoncé le rachat des parts majoritaires de la société OPTEC. Basée à Frameries et à San Diego (USA), OPTEC est spécialisée dans les UV et les impulsions lasers ultra-courtes. Le nouveau groupe ainsi formé propose désormais toutes les solutions laser soustractives et additives pour répondre aux besoins particuliers de 4 secteurs d'activité : produits de luxe, médical, électronique et universitaire.

Grâce à cette fusion, le groupe wallon atteint une taille significative avec plus de 110 employés dans 4 pays, plus de 1.000 systèmes installés sur 5 continents et conforte sa position stratégique de leader européen des micro-applications d'usinage.

« Le succès de la fusion entre nos deux sociétés est indéniable car elles sont proches et partagent déjà des valeurs communes (satisfaction client,



innovation, flexibilité, amélioration). Avec OPTEC, nous accumulons plus de 50 ans d'expérience dans les lasers pulsés et près de 30 ans dans les lasers à impulsions ultra-courtes ! Nous sommes ravis d'accueillir au sein du groupe LASEA l'équipe passionnée et performante d'OPTEC. Nos synergies technologiques et commerciales sont évidentes. Nous sommes convaincus que la mutualisation de nos opérations bénéficiera à nos clients et que nos nouveaux produits continueront à répondre aux demandes de leurs marchés en croissance rapide » assure

Axel Kupisiewicz, PDG de LASEA.

« A travers LASEA et OPTEC, nous avons la chance en Wallonie d'avoir deux entreprises de haute technologie avec des compétences techniques de pointe complémentaires dans le domaine de l'usinage laser. En mutualisant nos compétences et nos innovations, nous pouvons d'autant mieux répondre aux besoins de nos clients grâce à nos équipes de spécialistes passionnés. Comme la devise de notre beau pays : « l'union fait la force », chacun de nous peut mettre ses talents à contribution pour être encore meilleur » souligne Laurent Marin, PDG d'OPTEC.

OPTEC S.A.

ZAE Le Crachet
Avenue des Nouvelles Technologies, 53 à 7080 Frameries
Tél. : 065/78.18.08
www.optec-laser-systems.com

Thales Alenia Space devient ambassadeur pour « Made Different Digital Wallonia »

Thales Alenia Space est devenue ambassadeur « Advanced Manufacturing Technology » dans le cadre du programme « Made Different Digital Wallonia ». L'objectif de cette initiative est de faire découvrir les tendances et les innovations wallonnes liées à l'Industrie du futur.

Présent en Belgique depuis plus de 55 ans, Thales Alenia Space est un expert reconnu dans le développement et la fabrication d'équipements électroniques embarqués à bord des satellites et des lanceurs. De nouveaux paradigmes industriels ont également été adoptés par Thales Alenia Space, notamment dans le cadre de sa contribution à Ariane 6, futur lanceur européen, et du développement de Space Inspire, sa nouvelle plateforme satellitaire entièrement numérique et reconfigurable.

En Belgique, cette transformation, réalisée notamment avec le soutien de la Région wallonne, se traduit par l'introduction de composants de nature aéronautique ou automobile au sein des équipements spatiaux, par l'intégration de nouvelles technologies d'interconnexion de puissance électrique, par l'emploi d'outils connectés



permettant une traçabilité des opérations et leurs contrôles mais aussi par la continuité numérique au sein des méthodes de fabrication en 3D ou l'emploi de la réalité augmentée.

Dans le cadre du programme « Industrie du Futur » de la stratégie numérique Digital Wallonia, Thales Alenia Space en Belgique s'est distinguée grâce à l'introduction de technologies digitales, de la conception de ses équipements jusqu'à leur mise en œuvre. C'est à ce titre qu'elle devient donc « Ambassadeur Made Different Digital Wallonia ».

« Renforcer la dynamique d'innovation fait partie

de notre ADN », explique Ina Maller, directeur général de Thales Alenia Space en Belgique. « Avec ce titre d'ambassadeur 'Advanced Manufacturing Technology', nous allons continuer à travailler avec nos partenaires PME afin de partager notre expérience de la transformation digitale et d'encourager l'ensemble de l'écosystème à choisir de nouveaux modes d'industrialisation plus efficaces et modernes. » Cette reconnaissance illustre la dynamique globale de Thales Alenia Space qui a anticipé la transformation digitale, en investissant depuis plusieurs années dans la numérisation de son offre, lui permettant d'acquérir de nouvelles compétences et de développer des satellites et des équipements plus intelligents et flexibles à destination de ses clients du monde entier.

THALES ALENIA SPACE

Rue Chapelle Beaussart 101,
6032 Charleroi
Tél. : 071/44.22.11
www.thalesgroup.com

La CCIBW POURSUIT en les adaptant à la s

WEBINAIRES par « Zoom »

A fin de s'adapter à la situation due à la crise en poursuivant ses missions, la CCIBW a organisé divers webinaires, ces derniers mois et continuera à le faire, à côté de ses autres formations/activités en « présentiel ».

Entre autres, ceux-ci avaient pour thèmes, le 25 juin, les Incoterms® ou la promotion des valeurs de son entreprise grâce à un bon positionnement marketing et publicitaire, quelques jours auparavant.

En ce lundi du mois de juin, le 15, précisément, Pedro, directeur associé du studio de production audiovisuel « *Lapino albino* » abordait 4 grandes approches :

- le marketing de la peur : efficace pour mon secteur ?
- le marketing promotionnel et le prix : faut-il être agressif sur les prix pour prendre de vitesse la concurrence ?
- le marketing de l'expert : le marketing qui n'a d'expert que le nom ?
- singularités, valeurs et storytelling : une approche alternative que les entreprises inspirantes utilisent.

Le webinaire illustre le propos au moyen de cas pratiques, de mises en situation...

Lors des webinars par Zoom sur les Incoterms®, il fut rappelé que bien utiliser les Incoterms® vous aide à : maîtriser les risques, éviter les incertitudes, réduire les coûts inattendus, minimiser les retards imprévus ou faciliter une logistique de transport fluide.

Au terme des ateliers du 25 juin et du 2 juillet, le but était de permettre à chacun de bien choisir le bon Incoterms® 2020, applicable à chacun de ses contrats et de définir les risques, coûts et obligations pour chacune des parties





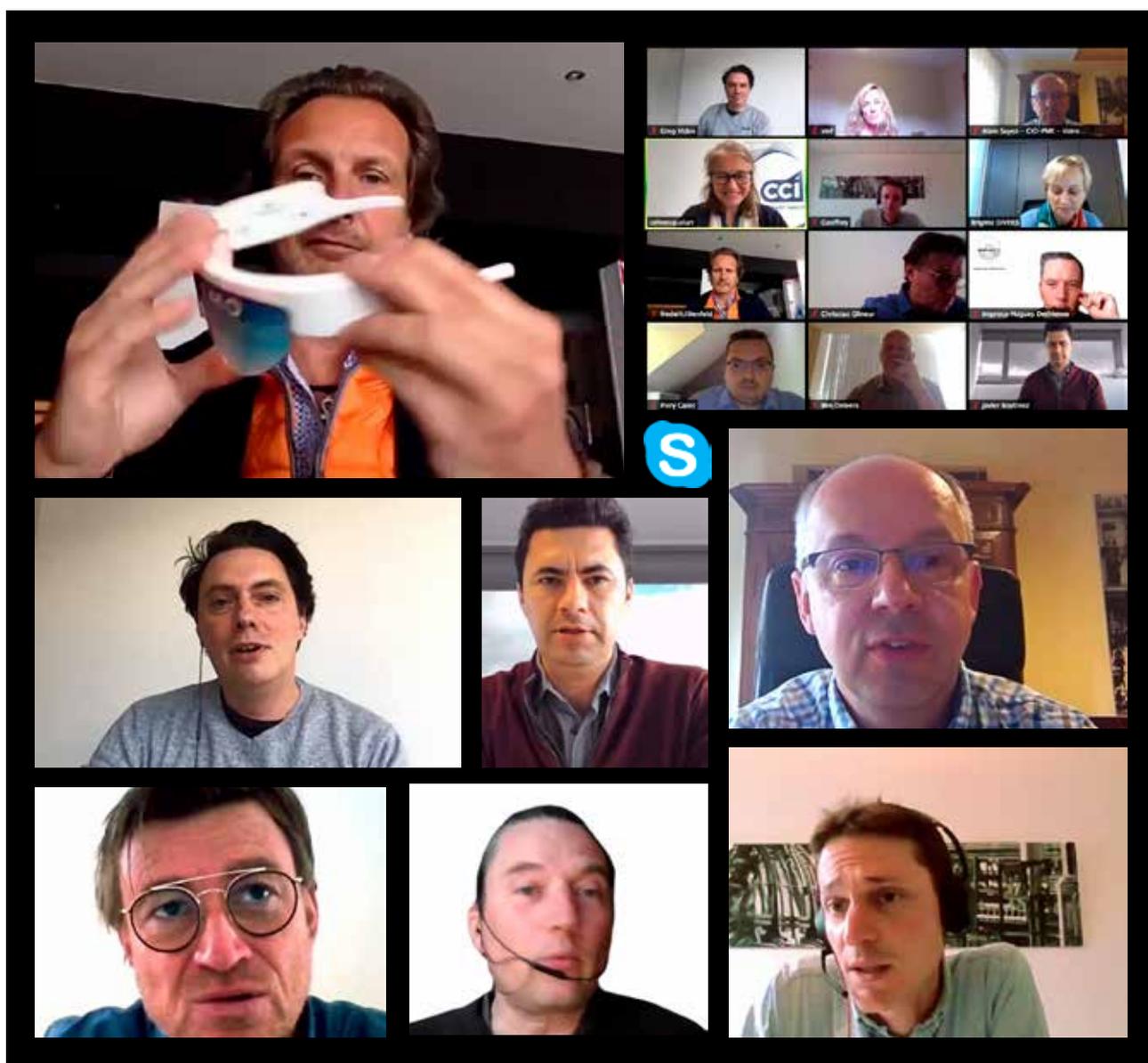
SES ACTIVITÉS

situation !

DES « 10/5 » par Skype

A côté de ces séances de formations, d'informations, les activités de networking se sont poursuivies, elles aussi. C'est ainsi que les « 10/10 (10 participants /10 minutes de temps de parole pour chacun)», les célèbres midis d'affaires de la CCIBW qui

se tiennent traditionnellement au Golf Château de la Tournette et au club Justine Henin (Limelette) se sont mués en « 10/5 » (10 participants, 5 minutes de temps [de parole] pour chacun) par Skype...



RICHE PROGRAMME de la rentrée...

Dès la rentrée de septembre, la CCIBW a veillé à présenter un programme varié ...
Voici ce qu'elle y annonçait, sur son site Internet.
D'autres événements s'y ajouteront, pour le dernier trimestre 2020.
Consultez : www.ccibw.be (agenda)

- **7 septembre** : formation webinar en 5 sessions : législation douanière et activités commerciales
- **10 septembre** : webinar : 30 minutes pour... Le Royaume Uni : quid du Brexit?
- **15 septembre** : B2BW Connect à Ottignies
- **17 septembre** : Webinar Incoterms 2020 in English!
- **22 septembre** : Business Lunch 10/10 à Nivelles

Un seul business lunch à votre agenda du jour et pourtant 9 rendez-vous ? C'est possible ! Un networking d'une redoutable efficacité. Le Business Lunch 10x10 de la CCI du Brabant wallon ou « comment approfondir la

relation commerciale avec 9 autres Membres entrepreneurs en seulement un déjeuner...

• **29 septembre** : webinar : la logistique avec un crédit documentaire
Dans ce webinar, la formatrice abordera les questions de fonctionnement et de spécificités par pays, mais aussi comment limiter les irrégularités en matière de crédits documentaires en logistique. Webinar en 2 parties indissociables de chacune 1h30 les 29/9/2020 et 6/10/2020 de 11h00 à 12h30.

• **5 octobre** : Rendez-vous individuels avec les attachés douaniers
La Fédération belge des CCI et la CCI Brabant wallon vous donnent une opportunité unique de vous entretenir personnellement et individuellement avec les attachés douaniers de 5 pays : la Chine, l'Inde, l'Indonésie, le Brésil et la Russie.

• **6 octobre** : rendez-vous individuels avec les attachés douaniers (jour 2)

• **26 octobre** : Business Lunch « 10/10 » à Limelette

• **1^{er} décembre** : business lunch « 10/10 » à Nivelles



Parce que rien ne vaut des échanges business autour d'un bon repas... la CCIBW entend bien reprendre régulièrement, au Golf Château de la Tournette (Nivelles) et au Club Justine Henin (Limelette) l'une de ses formules de networking qui connaît un franc succès depuis de nombreuses années : les « 10/10 » !



INFOS ET INSCRIPTION : www.ccibw.be - RUBRIQUE « AGENDA »

UNE AG en numérique aussi !

Le jeudi 27 août, la CCIBW tenait son Assemblée Générale statutaire. Au vu des circonstances liées à la crise du COVID-19, la CCIBW avait choisi d'annuler l'événement en présentiel et a donc tenu son AG en numérique !

Une Assemblée Générale historique et teintée de bonne humeur avec les membres présents derrière leur écran. L'Assemblée Générale a validé les comptes 2019 ainsi que le rapport d'activités 2019... par votes électroniques.

Le Président et la Directrice ont remercié l'Assemblée, les membres du Conseil

d'Administration, et du Conseil de Direction ainsi que l'ensemble du personnel pour leur implication tout au long de l'année 2019 sans oublier les partenaires structurels : CBC, Securex, Eudonet, DHL.



AFTERWORK: la sécurité avant tout!

(Kain - 31/08/2020)

MÉLANIE VANDEVOORDE

La CCI WAPI a fait sa rentrée académique avec un jour d'avance! Le 31 août, en collaboration avec les sociétés EURO DV et Heinen, celle-ci a organisé un afterwork autour de la sécurité et des normes coupe-feu.

Patrick Cormann, Ingénieur-Conseil HEINEN, s'est exprimé sur les nouvelles normes applicables aux sorties de secours.

Yves Minet, Director-CCO, RUCON VENTILATO-REN a abordé le désenfumage des parkings et espaces souterrains.

Bernard Coune, CEO, INTERNATIONAL FIRE CONTROL (IFC) s'est concentré sur la détection incendie et les solutions de sprinklage.

Enfin, Hugues Wilkin, Responsable de projets, BUREAU D'ETUDES LEMAIRE (BEL), a axé son exposé sur le calcul de la charge calorifique

des bâtiments.

La CCI Wapi en a profité pour organiser cet événement dans son tout nouvel auditorium pouvant accueillir plus de 80 personnes, tout en respectant pour cet événement les mesures sécuritaires!



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE de la CGI WAPI

(Kain - 03/09/2020)

MÉLANIE VANDEVOORDE

Année exceptionnelle, dispositif exceptionnel. Le 3 septembre 2020, la CCI WAPI a organisé sa traditionnelle Assemblée Générale. Une fois n'est pas coutume, cette revue des chiffres de l'année 2019 s'est tenue en visio-conférence. Dans un premier temps, Bernard Cornelus, directeur de la CCI Wapi, a présenté les différentes actions qui ont été menées en 2019. Dimitri Bauters, trésorier de la CCI Wapi, a pris le relais en présentant le bilan faste de l'année 2019. Cette même année fut marquée par une belle augmentation des locations de salle, du nombre d'événements. L'activité internationale reste l'une des activités majeures de la CCI Wapi, témoignant d'une belle dynamique pour les sociétés régionales.



CYCLE DE WEBINAIRES FRANCO-BELGES: « Les points d'attention en droit social suite à la crise sanitaire! »

(08/09/2020)

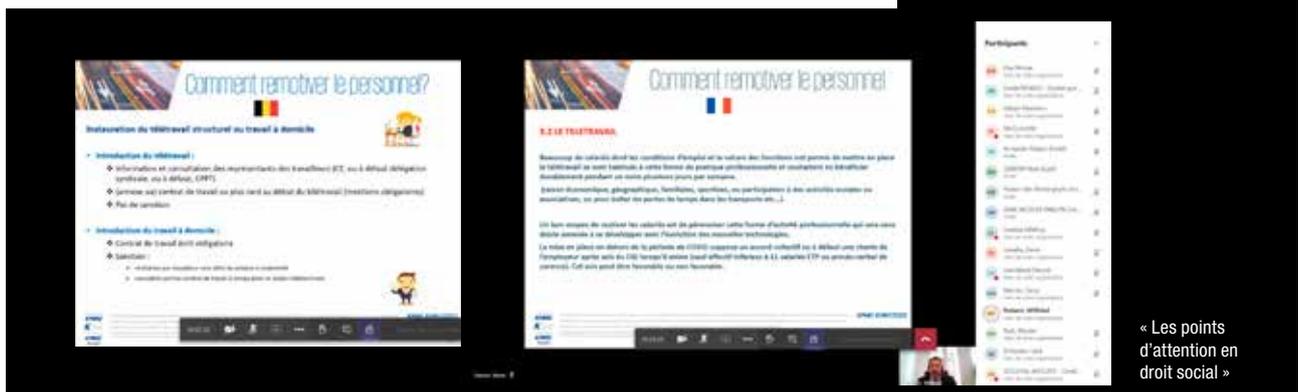
Mélanie Vandevorode

Le 8 septembre, la CCI Wapi et la Chambre de Commerce Franco-Belge ont lancé leur cycle de webinaires transfrontaliers. Pour cette première session, plus de 30 participants se sont réunis.

L'accent a été mis sur différents points :

- Redémarrage progressif de l'activité (chômage partiel, télétravail...)

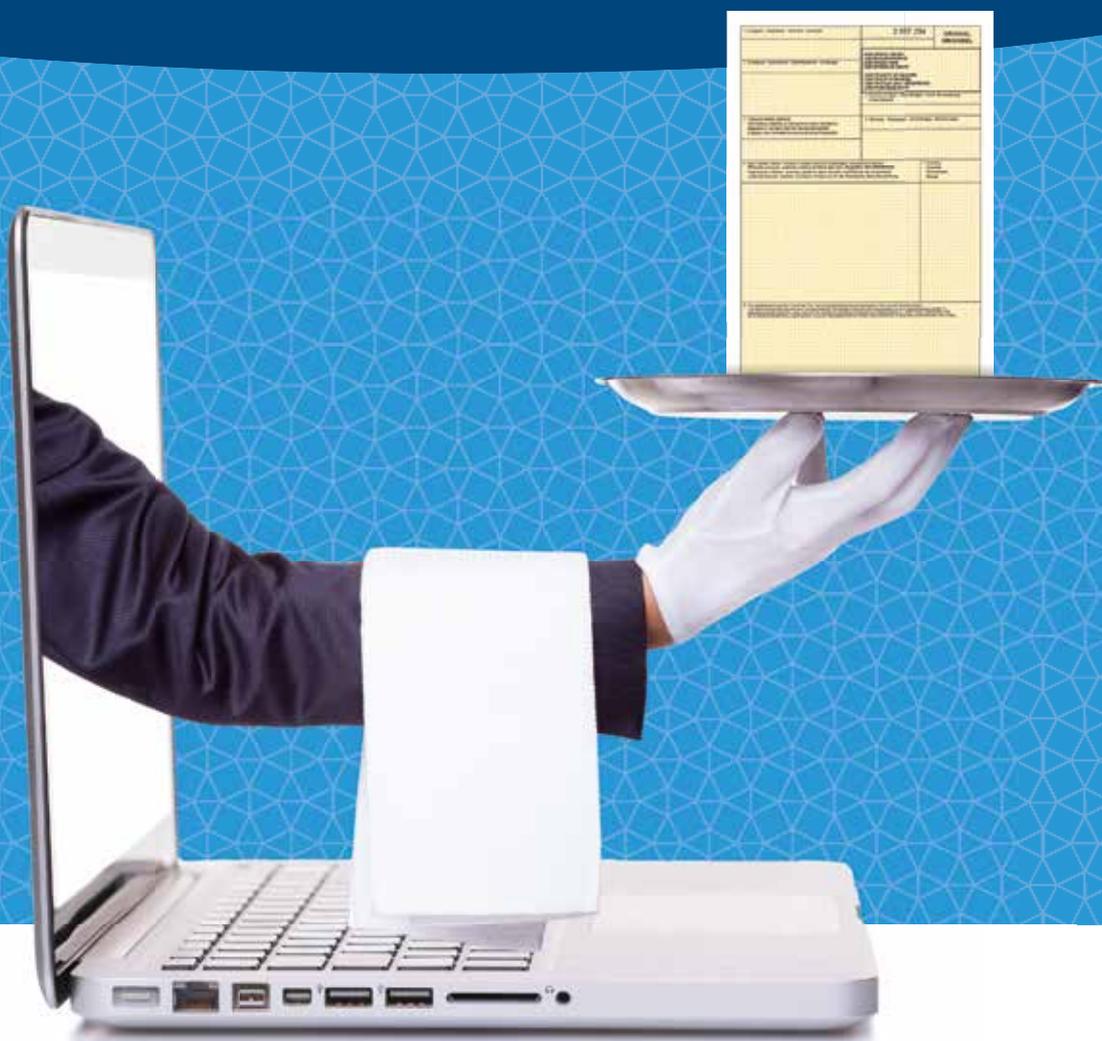
- Comment retirer le personnel? (avantages traités favorablement sur les plans fiscal et social, chèque Horeca, télétravail...)
 - Points d'attention sur le plan social en cas de restructuration d'entreprise liée à la crise COVID-19 (licenciement collectif ou individuel)
- Merci aux partenaires CCI Wapi pour ces webinaires transfrontaliers : **KPMG, BNP Paribas, BNP Paribas Fortis**



« Les points d'attention en droit social »

LES CERTIFICATS D'ORIGINE EN LIGNE DES CCI

Le service sur un plateau d'argent!



POUR LES EXPORTATEURS, UNE FORMULE :

RAPIDE

À PRIX RÉDUIT

SANS DANGER*

*site internet 'DigiChambers' sécurisé SSL



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

Brabant wallon : 067/89.33.33 • Hainaut : 065/35.46.12

Wallonie picarde : 069/89.06.80 • Liège/Verviers/Namur : 04/341.91.91



BÂTIMENTS INDUSTRIELS

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

VALCKE
PRÉFAB BETON



Rodenbachstraat 72
8908 Vlamertinge
Belgique

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